



Universidade de Brasília

Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Gestão de  
Políticas Públicas

Departamento de Administração

RAÍSSA GÓIS BARBOSA

**RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL: A  
percepção dos alunos de Administração da UnB quanto  
ao ensino no curso e seus conhecimentos sobre o  
tema**

Brasília – DF  
2018

RAÍSSA GÓIS BARBOSA

**RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL: A percepção dos alunos de  
Administração da UnB quanto ao ensino no curso e seus conhecimentos  
sobre o tema**

Monografia apresentada ao  
Departamento de Administração  
como requisito parcial à obtenção  
do título de Bacharel em  
Administração.

Professora Orientadora: Doutora  
Siegrid Guillaumon Dechandt

Brasília – DF

2018

RAÍSSA GÓIS BARBOSA

**RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL: A percepção dos alunos de  
Administração da UnB quanto ao ensino no curso e seus conhecimentos  
sobre o tema**

A Comissão Examinadora, abaixo identificada, aprova o Trabalho de  
Conclusão do Curso de Administração da Universidade de Brasília da aluna

**Raíssa Góis Barbosa**

Doutora, Siegrid Guillaumon Dechandt  
Professora-Orientadora

Doutora, Doriane Daroit  
Professora-Examinadora

Doutora, Olinda Maria Gomes Lesses  
Professora-Examinadora

Brasília, 13 de Junho de 2018

Dedico este trabalho aos meus pais, Rozana e Romero, as pessoas mais admiráveis e meus maiores exemplos.

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente agradeço à Deus, por me permitir concluir este ciclo e por ter estado comigo ao longo desta jornada, me guiando nos melhores caminhos.

Aos meus pais por todos os sacrifícios, por sempre terem investido para que eu tivesse a melhor educação e que assim eu conseguisse alcançar meus objetivos, e por acreditarem em mim, não me permitindo desistir nos momentos mais difíceis. Agradeço ao meu irmão por sempre ter estado ao meu lado.

À minha orientadora, Siegrid Guillaumon, pela paciência e compreensão, por estar sempre disposta a me ajudar e por todo o incentivo do início ao fim.

Agradeço a todos os meus amigos, em especial ao Igor Costa e Jadh Castro pelo apoio, encorajamento e por toda a ajuda durante este último ano. E às minhas amigas, Déborah Hevelyn e Milena Marques, que independente das correrias da vida estão sempre ao meu lado, nos momentos felizes e tristes, me dando força ao longo dos anos.

Por fim, obrigada a todos que aceitaram participar desta pesquisa contribuindo para que este trabalho fosse realizado.

## RESUMO

O presente trabalho trata-se de uma pesquisa sobre a percepção dos alunos de Administração da Universidade de Brasília sobre o ensino de Responsabilidade Social Empresarial no curso. Nesse sentido, o estudo tem como objetivo identificar se na percepção de seus alunos o curso está formando profissionais com conhecimento para atuar de forma socialmente responsável. Objetivando descrever as percepções em negativa, neutra ou positiva, foi realizada uma pesquisa descritiva, sendo a abordagem quantitativa, e utilizando como procedimento técnico o método *survey*. Foi aplicado questionário misto, de escala do tipo *Likert* com 7 (sete) pontos de concordância, para 153 alunos do curso de Administração, abordou-se temas como: Conteúdos de RSE no curso, Oportunidades de desenvolver a RSE no curso e Conhecimentos acerca dos principais conceitos de RSE. Os resultados demonstram que os entrevistados consideram o tema importante e que deveria ter mais espaço, principalmente com uma abordagem específica e, também, prática. Além disso, os resultados também indicam que os alunos, em sua maioria, conhecem os principais conceitos a respeito da RSE e se sentem preparados para atuar de forma socialmente responsável após a graduação. Com isso, apesar das ressalvas acerca do ensino da temática, o curso está formando profissionais capazes de ter uma atuação socialmente responsável.

Palavras-chave: Responsabilidade Social Empresarial. Ensino. Administração. Universidade de Brasília.

## **LISTA DE ILUSTRAÇÕES**

Figura 1 – Pirâmide de responsabilidade social corporativa de Carroll.....	24
Gráfico 1 – Percepção geral sobre os conteúdos de RSE no curso.....	43
Gráfico 2 – Percepção geral dos alunos sobre oportunidades de desenvolver conhecimento em RSE no curso .....	47
Gráfico 3– Conhecimento dos alunos acerca dos conceitos de RSE.....	51
Gráfico 4– Resultado geral da percepção dos alunos para o ensino de RSE no curso .....	57

## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 1 – Distribuição dos participantes .....	37
Tabela 2 – Conteúdos de RSE no curso .....	40
Tabela 3 – Oportunidades de desenvolver conhecimento no curso .....	43
Tabela 4 – Conhecimentos acerca dos conceitos de RSE.....	48

## **LISTA DE QUADROS**

Quadro 1 – Principais conceitos de responsabilidade social das décadas de 1940 a 1970 .....	25
Quadro 2 – Principais conceitos de responsabilidade social a partir dos anos 2000 .....	26
Quadro 3 – Sugestões para favorecimento do ensino em RSE no curso .....	51

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

ADCE – Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas
BSR – Business for Social Responsible Institute
CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoa de Nível Superior
ENADE – Exame Nacional de Desempenho de Estudantes
ENANPAD – Encontro Anual da Associação dos Cursos de Pós-Graduação em Administração
EpS – Estudo para Sustentabilidade
GIFE – Grupos e Institutos, Fundações e Empresas
IBASE – Instituto Brasileiro de Análises Sociais
IBGC – Instituto Brasileiro de Governança Corporativa
IES – Instituições de Ensino Superior
OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico
ONU – Organizações das Nações Unidas
PNBE – Pensamento Nacional das Bases Empresariais
PNQ – Prêmio Nacional da Qualidade
RC – Responsabilidade Corporativa
RSC – Responsabilidade Social Corporativa



RSE – Responsabilidade Social Empresarial

UnB – Universidade de Brasília

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>11</b>
1.1	Contextualização	11
1.2	Formulação do problema	13
1.3	Objetivo Geral	14
1.4	Objetivos Específicos	14
1.5	Justificativa	15
<b>2</b>	<b>REVISÃO TEÓRICA</b>	<b>16</b>
2.1	Responsabilidade Social no Mundo	16
2.2	Responsabilidade Social no Brasil	18
2.3	Ética Empresarial	20
2.4	Responsabilidade Social Empresarial	22
2.5	Ensino da Responsabilidade Social Empresarial na Administração	27
2.6	Perfil do Administrador	29
<b>3</b>	<b>MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA</b>	<b>35</b>
3.1	Tipologia e descrição geral dos métodos de pesquisa	35
3.2	Caracterização do Curso de Bacharelado em Administração da Universidade de Brasília	35
3.3	Participantes da pesquisa	36
3.4	Caracterização e descrição dos instrumentos de pesquisa	38
3.5	Procedimentos de coleta e de análise de dados	39
<b>4</b>	<b>RESULTADO E DISCUSSÃO</b>	<b>40</b>
4.1	Conteúdos de Responsabilidade Social no Curso de Administração da Universidade de Brasília	40
4.2	Oportunidades de Responsabilidade Social Empresarial no curso de Administração da Universidade de Brasília	43
4.3	Conhecimentos acerca dos Conceitos de Responsabilidade Social	47
4.4	Como Favorecer o Ensino em Responsabilidade Social no Curso	51
4.5	Resultado Geral da Percepção dos Alunos	56
<b>5</b>	<b>CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÃO</b>	<b>58</b>
	<b>REFERÊNCIA</b>	<b>61</b>
	<b>APÊNDICES</b>	<b>65</b>

## **1 INTRODUÇÃO**

O presente trabalho tem como objeto de estudo a percepção dos alunos de Administração da Universidade de Brasília (UnB) a respeito do ensino de Responsabilidade Social Empresarial no curso.

Dentro de um novo cenário em que a responsabilidade social se tornou uma nova forma de gerenciar negócios, é essencial o aluno desenvolver uma nova competência, e sair da graduação preparado para atuar de forma socialmente responsável.

Dessa forma, pretende-se analisar a percepção dos alunos a respeito do ensino da Responsabilidade Social Empresarial nos contextos de ensino, pesquisa e extensão e, ainda, o conhecimento do aluno acerca dos principais conceitos de Responsabilidade Social Empresarial, e a partir desta análise verificar se o curso está formando administradores capazes de atuar de forma socialmente responsável.

Sendo assim, com a introdução, aborda-se o tema a ser estudado no decorrer do trabalho, contando com sua contextualização, a formulação do problema, indicando os objetivos geral e específicos, e a justificativa da pesquisa. Logo após, encontra-se uma revisão de literatura como referencial teórico, dando base para o prosseguimento da pesquisa, onde foram abordados os temas Responsabilidade Social no Mundo; Responsabilidade Social no Brasil; Ética Empresarial; Ensino de Responsabilidade Social Empresarial na Administração e; Perfil do Administrador. Em seguida, tem-se a abordagem metodológica, em que se descreve os métodos e instrumentos utilizados na pesquisa. Por último, temos os resultados e discussões do trabalho bem como as conclusões e recomendações.

### **1.1 Contextualização**

Atualmente, com a sociedade globalizada, se faz necessário que não

só as organizações públicas trabalhem em benefício do bem-estar da sociedade, mas também as organizações privadas.

Durante muito tempo as organizações tinham como único objetivo a obtenção e maximização de lucro. Dessa forma, as estratégias adotadas, em sua maioria, pelas empresas eram voltadas para responder aos interesses de seus donos e sócios, e as conquistas financeiras da organização.

No entanto, com o passar do tempo e o advento da tecnologia e suas inovações, surgiram novas formas de gestão que trouxeram consigo mudanças de valores e comportamentos desejados das organizações. Questões de desenvolvimento social e ambiental se tornaram de maior interesse da sociedade, o que ocasionou maior reflexão a respeito do papel das organizações na sociedade e a responsabilidade diante destas questões. Este fenômeno social resultou no surgimento da Responsabilidade Social Empresarial (RSE), ou Responsabilidade Social Corporativa (RSC), uma forma de gestão focada na interação entre organização e sociedade.

A Responsabilidade Social Empresarial representa a organização interagindo com a sociedade, através de programas, políticas ou ações que promovam qualidade de vida e bem-estar ao seu ambiente social. É uma forma da organização gerenciar seus negócios e, também, contribuir no desenvolvimento social, relacionando o planejamento de suas atividades aos interesses de seus *stakeholders*, que podem ser seus clientes, empregados, comunidade, fornecedores, entre outros (ROMANIELLO; AMÂNCIO, 2005). Os autores acrescentam que como resultado, as organizações ganham confiança de mercado que se torna uma grande vantagem competitiva.

Para Wood (1991, apud MOREIRA DA SILVA; CHAUVEL, 2010) as empresas precisam entender seu papel na construção de uma sociedade melhor. Dessa forma, torna-se fundamental tomar conhecimento se a temática está sendo debatida nas aulas de Administração, sabendo-se que as instituições são as responsáveis pela formação de futuros profissionais.

## **1.2 Formulação do problema**

Diante desta nova forma de gerenciar organizações e em um cenário

que apresenta devastação de florestas, escassez de água, poluição, miséria e fome da população, muitas vezes as empresas são consideradas as responsáveis por estes desequilíbrios ambientais e sociais, com isso, o administrador se torna essencial dentro da organização para incorporar e desenvolver a ideia de empresa socialmente responsável (MOURA, 2011). Reis e Bandos (2002) acrescentam que em uma perspectiva de cobranças e pressões por parte da sociedade por práticas socialmente responsáveis, as Instituições de Ensino Superior (IES) assumem papel fundamental na formação de seus alunos, tanto no aspecto econômico quanto no social (REIS; BANDOS, 2002).

Para que o aluno se torne um gestor capaz de atuar de maneira socialmente responsável, é necessário adquirir conhecimento e desenvolver competências que são encontradas, em um primeiro momento, durante a graduação. E de acordo com Ribeiro (2013), o ensino, pesquisa e a extensão formam a tríplice função da universidade. A autora acrescenta que o conhecimento produzido por meio de pesquisas e trabalhado no tecido social através de atividades de ensino e extensão, caracteriza o compromisso da universidade com a evolução da sociedade.

Com a responsabilidade social empresarial sendo considerada uma forma de gestão que pode gerar diversos impactos significativos, é necessário incorporar à educação dos alunos o tema “responsabilidade social”. A formação acadêmica dos futuros administradores deve leva-los a visar não apenas a maximização do lucro da organização, mas também o desenvolvimento social e do ambiente no qual está inserido (MOURA, 2011). Segundo Pessoa et al (2005), apesar de formar administradores com variadas competências, é fundamental que estes profissionais atuem de modo socialmente responsável e ético perante a sociedade.

Dessa forma, este trabalho procura responder à seguinte pergunta de pesquisa: O curso de Administração da UnB, na percepção de seus alunos, forma profissionais com conhecimento para atuar de forma socialmente responsável?

### **1.3 Objetivo Geral**

A pesquisa proposta tem como objetivo identificar se na percepção de seus alunos o curso de Administração da UnB está formando profissionais com conhecimento para atuar de forma socialmente responsável.

### **1.4 Objetivos Específicos**

1. Verificar se o aluno identifica os conteúdos de responsabilidade social no curso.
2. Investigar se o aluno reconhece oportunidades de desenvolver conhecimento em responsabilidade social no curso através do ensino, pesquisa e extensão.
3. Verificar se o aluno se considera preparado e com conhecimento suficiente a respeito de responsabilidade social empresarial para o mercado de trabalho.
4. Mapear quais são as sugestões dos alunos para favorecer o ensino em responsabilidade social empresarial no curso.

### **1.5 Justificativa**

A fim de identificar, de forma quantitativa, artigos publicados a respeito do estudo de RSE e o ensino da temática na graduação em Administração, foi realizada uma pesquisa no banco de periódicos CAPES utilizando o termo “Responsabilidade Social Empresarial” e “Formação do Administrador”. Os resultados da pesquisa não foram tão significantes, foram obtidos 98 artigos, sendo 60 destes em português.

O artigo mais relevante encontrado foi o “Um espelho, um reflexo! A educação para sustentabilidade como subsídio para uma tomada de decisão consciente do administrador”, publicado por Enéas da Silva et al em 2013. O artigo trata da educação para a sustentabilidade (EpS) para tomada de decisão

consciente dos futuros gestores nos cursos de graduação em Administração.

Apesar de constar as palavras-chaves citadas anteriormente, o artigo está voltado para a compreensão de como a EpS contribui para o consumo consciente do aluno, e não na percepção do mesmo a respeito do ensino de responsabilidade social.

Aliando os termos “Responsabilidade Social Empresarial” e “Ensino em Administração” foram retornados 546 artigos sendo 310 em português, um número mais significativo que o anterior. O artigo mais recente encontrado com estas palavras-chaves foi o “Desafios na Formação de Profissionais em Administração no Brasil”, publicado Boaventura et al em 2018. Mesmo constando as palavras-chaves, o artigo trata sobre um estudo comparativo dos currículos de Administração nas universidades brasileiras e americanas.

Com isso, nota-se que apesar de um número considerável nas pesquisas, ainda são poucos os estudos que tratam especificamente do ensino de responsabilidade social empresarial nos cursos de graduação em Administração. Vale ressaltar que pesquisas neste âmbito, contribuem para tomar ciência se as instituições estão sendo eficientes em formar administradores capazes de atuar de forma socialmente responsável.

Portanto, para o curso de Administração da UnB, este trabalho pode ser útil para tomar ciência acerca da realidade acadêmica do curso em relação ao ensino de responsabilidade social empresarial e, assim, poder delinear e aperfeiçoar o ensino da temática para o currículo do curso.

No cenário acadêmico, a revisão de literatura aliada ao estudo do ensino da responsabilidade social empresarial do curso de Administração da UnB, pode contribuir para futuros estudos com temática semelhante e para pesquisas já existentes na área, aliando teoria à prática.

## **2 REVISÃO TEÓRICA**

Este capítulo reúne uma revisão de literatura que visa abordar o início do debate acerca da responsabilidade social no mundo e no Brasil para em seguida, tratar da ética empresarial, tema que auxilia na construção do conceito da responsabilidade social empresarial. Por fim, passa-se à análise da abordagem do ensino da responsabilidade social empresarial na Administração e o perfil do administrador de acordo com as Diretrizes Curriculares e o Exame Nacional de Desempenho de Estudantes (ENADE).

### **2.1 Responsabilidade Social no Mundo**

Na Europa e nos Estados Unidos até o século XIX, a ética e responsabilidade social não eram aceitas nos negócios como interesse privado, apenas como interesse público. A independência dos Estados Unidos permitiu que donos de comércio mudassem a maneira de administrar seus negócios, agora poderiam se direcionar para uma condução com benefícios próprios, produzindo lucros para seus acionistas (ASHLEY et al, 2005).

Em 1899, o empresário Andrew Carnegie, publicou o livro “O Evangelho da Riqueza”. Carnegie apresentou uma visão da responsabilidade social das grandes empresas baseada em dois princípios: o princípio da caridade, que exigia dos indivíduos com mais riquezas que ajudassem os menos afortunados, e o princípio da custódia, que exigia das empresas e dos ricos que atuassem como guardiões, mantendo suas propriedades em custódia para benefício de toda a sociedade (LOURENÇO; SCHRÖDER, 2003).

Apesar da visão de Carnegie, gestores que optassem por trabalhar em benefício da comunidade eram vistos de maneira negativa por seus acionistas. Um caso marcante aconteceu em 1919, quando Henry Ford, presidente e acionista majoritário da Ford, foi processado por tomar decisões que contrariavam os interesses de seus acionistas John e Horace Dodge quando



anos atrás, em 1916, decidiu separar parte do lucro para investir na produção e no aumento de salários. A Suprema Corte de Michigan deu causa ganha aos Dodges, alegando que os lucros da organização são benefícios apenas de seus acionistas (ASHLEY et al, 2005).

Ashley et al (2005) acrescenta que foi após os efeitos da Grande Depressão e da Segunda Guerra Mundial, que o cenário mudou para a responsabilidade social corporativa. A ideia de que os ganhos das organizações pertenciam apenas a seus acionistas sofreu fortes ataques. Em um caso julgado em 1953, a Suprema Corte de Nova Jersey foi favorável à corporação e contra os acionistas, determinando que as corporações poderiam, sim, contribuir para o desenvolvimento da sociedade.

Com a evolução do debate da importância da responsabilidade social empresarial, Howard Bowen (1953) surgiu com novas ideias acerca do tema ao publicar o livro “Social Responsibility of the Businessman”. No livro, Bowen associa o trabalho realizado pelas organizações e os impactos causados na sociedade. O autor, também, trata a responsabilidade social como obrigação das organizações em atuarem de acordo com os objetivos e valores da sociedade (BITTENCOURT; CARRIERI, 2005).

A ideia de que as ações de responsabilidade social empresarial eram decisões que pertenciam apenas ao gestor predominaram até a década de 1960, porém, na década de 1970, houve a incorporação da responsabilidade social empresarial na organização como um todo, assim, deixa-se de lado a ideia de responsabilidade pessoal e adota-se a ideia de responsabilidade corporativa (KREITLON, 2004).

No entanto, ainda havia estudiosos que não viam como dever das organizações serem socialmente responsáveis. Autores como Friedman (1985), acreditavam que praticar responsabilidade social era obrigação do governo, igrejas, sindicatos e organizações não-governamentais. Segundo Friedman (1985), a responsabilidade social das organizações era utilizar seus recursos em atividades a fim de aumentar seu lucro e satisfazer seus acionistas (LOURENÇO; SCHRÖDER, 2003).

O aumento do poder global das organizações multinacionais e o maior investimento das multinacionais em outros países na década de 1980, são considerados importantes fatores para uma maior diversificação das correntes

teóricas dedicadas ao questionamento ético e social das empresas crescente institucionalização do fenômeno (KREITLON, 2004). Faria e Sauerbronn (2008) acrescentam que, estes fatores ligados aos escândalos corporativos, contribuíram para a noção de negócios baseada na responsabilidade social corporativa na era da globalização.

Na trajetória da responsabilidade social, diversas políticas e ações foram criadas por organizações para ampliar e promover o debate da temática. Em 1999, a Organização das Nações Unidas (ONU), lançou o Compacto Global, convocando os gestores a inserirem em suas organizações princípios que englobam as áreas de direitos humanos, trabalho, meio ambiente e corrupção. Em 2000, a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), lançou a nova versão das Diretrizes para Empresas Multinacionais, apresentando princípios voluntários e padrões de conduta de responsabilidade corporativa nas áreas de meio ambiente, condições de trabalho e direitos humanos. Em 2001, a Comissão das Comunidades Europeias apresentou o Livro Verde sobre responsabilidade, chamado Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas, com o objetivo de ampliar o debate da responsabilidade social na União Europeia (LOURENÇO; SCHRÖDER, 2003).

## **2.2 Responsabilidade Social no Brasil**

No Brasil a ideia da responsabilidade social empresarial no cotidiano organizacional é recente. De acordo com Fischer (2002, apud SCHOMMER; ROCHA, 2007), é preciso considerar determinadas características no contexto brasileiro, como, historicamente, o Estado brasileiro era o responsável por promover desenvolvimento e o responsável direto pelas atividades produtivas desenvolvidas no país, tais como siderúrgica, mineração, prospecção de petróleo e energia elétrica, e ao mesmo tempo, patrocinou a instalação de empresas privadas de diversos setores da economia.

O Brasil passou por fortes transformações em seu cenário político e, também, no econômico no final da década de 1970. O fim da ditadura militar que trouxe o processo de redemocratização do país, a descentralização de

funções, o surgimento de diversas organizações da sociedade civil, integrando o chamado terceiro setor, as novas estruturas de governança na relação entre o público e o privado, entre outros, são as principais mudanças ocorridas no período (SCHOMMER; ROCHA, 2007).

Schommer (2000, apud SCHOMMER; ROCHA, 2007) acrescenta que outras transformações no mundo, tais como maior possibilidade de comunicação entre pessoas e os avanços tecnológicos, possibilitaram maior percepção de que as organizações, de qualquer que fosse o setor, estavam ocupando um espaço público compartilhado, assim, tanto empresas, quanto governos e sociedade são responsáveis pelas questões públicas.

Segundo Ashley et al (2005), foi ainda na década de 1970 que a atuação das empresas de maneira socialmente responsável teve início com a criação da Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE).

Desde o início de seu debate na década de 1970, a temática seguiu em ascensão no Brasil. Organizações surgiram ao longo desse período exercendo papéis fundamentais na disseminação da responsabilidade social no meio empresarial e na sociedade.

Em 1981, o sociólogo Hebert de Souza, conhecido como Betinho, criou o Instituto Brasileiro de Análises Sociais (IBASE), com o objetivo de democratizar informações econômicas, sociais e políticas. Anos depois, em 1993, Betinho lançou a campanha nacional da Ação da Cidadania contra a Fome, a Miséria e Pela Vida. A campanha teve apoio do movimento Pensamento Nacional das Bases Empresariais (PNBE) (SCHOMMER; ROCHA, 2007; LOURENÇO; SCHRÖDER, 2003).

Em 1998, foi criado o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social Empresarial. Com a intenção de promover a responsabilidade social, o Instituto Ethos auxilia as organizações no desenvolvimento e implementações de ações de cunho socialmente responsável através de indicadores e ferramentas de gestão (SCHOMMER; ROCHA, 2007).

Ainda, de acordo com Schommer e Rocha (2007), outras instituições e premiações criadas contribuem na disseminação, promoção e reconhecimento de empresas socialmente responsáveis, são elas: Prêmio ECO – Empresa e Comunidade (1982), Prêmio Nacional da Qualidade (PNQ) (1991), Fundação Abrinq (1990), Grupo e Institutos, Fundações e Empresas (GIFE) (1995),

Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC) (1995) e, Instituto Akatu pelo Consumo Consciente (2001).

Ashley et al (2005) acrescenta que a temática está em crescimento no meio acadêmico. As instituições de ensino superior estão incorporando a temática no currículo da graduação, pós-graduação lato sensu e stricto sensu, bem como o aumento de encontros, workshops, seminários e congressos como o Encontro Anual da Associação dos Cursos de Pós-Graduação em Administração (Enanpad), o maior evento acadêmico da Administração. O Enanpad classifica a responsabilidade social empresarial como nova área de conhecimento da Administração, a Gestão Social e Ambiental.

### **2.3 Ética Empresarial**

No contexto científico e filosófico, a ética estuda os costumes e normas do comportamento humano. Quando se afirmar que a ética estuda os costumes, entende-se que os valores éticos podem sofrer transformações, bem como a sociedade (FORMENTINI; OLIVEIRA, 2003). Para Valls (2006) ética é uma forma de costume que está sujeito a mudanças com o passar do tempo, ou seja, o que era considerado errado ontem, hoje pode ser aceito. Então, de acordo com o autor, é considerado um comportamento ético, um comportamento adequado aos costumes vigentes.

Por muito tempo não foi dada devida importância à ética no ambiente empresarial com a justificativa de que nem sempre se podia prever as consequências das decisões tomadas (KARKOTLI, 2004). Segundo Formentini e Oliveira (2003), existem diversas razões para que a ética tenha se tornado um assunto importante no ambiente empresarial, entre elas estão os escândalos empresariais que estão custando para as empresas a perda de suas reputações, multas elevadas, desmotivação dos funcionários, entre outras.

A ética empresarial, considerada um termo mais restrito do que ética, atualmente trata da relação das organizações com suas partes interessadas, sendo elas: colaboradores, clientes, público, concorrentes, comunidade, entre outras. A ética empresarial é guiada pelo princípio jurídico, de natureza legal, e

o princípio de boa convivência, de natureza social, aliado aos valores sociais associados a cultura social em que a organização está inserida (COSENZA; CHAMOVITZ, 2007). Para Borger (2001), a ética empresarial diz respeito a como as organizações envolvem em suas políticas, práticas ou processos de tomada de decisão os valores essenciais, como honestidade, confiança, respeito e justiça, com o cumprimento de normas, padrões legais, regras internas e regulamentos.

Segundo Parra (2013), organizações que fundamentam suas ações em valores éticos comuns a toda a organização, criam um melhor ambiente de cooperação, fundamental aos processos de melhoria e inovação.

Assim, é possível relacionar as práticas das organizações com o sucesso nos negócios. Para Karkotli e Aragão (2004, apud KARKOTLI, 2004), quando a organização tem como objetivo manter relacionamentos baseados em confiança e respeito com seus *stakeholders*, ela tem o lucro como consequência de suas ações. Srour (2000, apud KARKOTLI, 2004) pontua que funcionários com a percepção de que trabalham para uma organização ética, com valores que envolvam fidelidade, honestidade e zelo, trazem para seu trabalho os mesmos valores, trabalhando para dar ao cliente o seu melhor produto ou serviço.

Pesquisas evidenciam que quando organizações agem de forma ética, o fato permanece por um curto período de tempo na memória do público. Em contrapartida, quando tem uma má conduta ética, esse fato pode permanecer por anos na memória, sendo muito difícil para as organizações recuperarem seu nome (KARKOTLI ARAGÃO, 2004 apud KARKOTLI, 2004). Assim, em consonância, Leisinger (2000, apud KARKOTLI, 2004) aponta que posturas transparentes e éticas podem afetar positivamente a imagem das organizações, a curto ou a longo prazo.

Portanto, após analisar o contexto ético empresarial, pode-se dizer que organizações que não tem em si uma postura ética e visa apenas alto desempenho financeiro, sem se preocupar em manter um relacionamento com transparência com seus *stakeholders*, poderão sofrer com perdas de clientes, fornecedores e ocasionar para si uma má imagem diante do mercado e do público.

## 2.4 Responsabilidade Social Empresarial

Atualmente, o debate sobre acerca da atuação das empresas como organizações éticas e socialmente responsáveis está ganhando espaço na prática administrativa como uma maneira de sobrevivência em um mercado cada dia mais competitivo. Exercer um papel de cidadania e estabelecer uma relação com a sociedade vem se tornando uma prática comum entre diversas organizações.

No entanto, muitas organizações ainda não compreenderam a ideia de responsabilidade social. Para Machado Filho (2002) ainda se confunde responsabilidade social com realizar ações sociais, o que acaba por transformar a ideia de responsabilidade social em filantropia. Karkotli e Aragão (2004, apud CARVALHO, 2010) definem o pensamento destas organizações de duas maneiras: primeiro, as organizações ao fazerem apenas doações e incentivando o voluntariado acreditam já estar praticando responsabilidade social, e segundo, utilizando as mídias e veículos de comunicação para se auto promoverem como empresas socialmente responsáveis.

Segundo Grajew (2002) uma empresa que pratica filantropia, de fato, deve ser enaltecida, porém, não é suficiente para contribuir para o desenvolvimento da sociedade em países de população carente, como é o caso do Brasil. Desenvolver apenas trabalhos filantrópicos acaba sendo uma medida paliativa. É preciso uma contribuição contínua das empresas, o que é oferecido quando temos empresas comprometidas com a responsabilidade social.

Tendo em vista o equívoco que algumas organizações cometem ao tentarem ser socialmente responsáveis, é essencial fazer a diferenciação entre responsabilidade social empresarial e filantropia. De acordo com o Instituto Ethos (2007), a Responsabilidade Social Empresarial consiste na relação que a empresa constrói com seus *stakeholders* a curto e longo prazo, enquanto a filantropia tem foco em projetos para a comunidade como um todo e em determinados momentos para seu público interno. Assim, enquanto a responsabilidade social empresarial está apoiada nos valores éticos e na valorização dos seus *stakeholders* externos e internos da organização, a

filantropia envolve ações pontuais e depende da disposição da empresa, podendo ser abandonada a qualquer momento.

Segundo a Business for Social Responsible Institute (2001, apud Machado Filho, 2002), não existe unanimidade para a definição da responsabilidade social corporativa, a BSR define como socialmente responsável uma empresa que atue de forma que vá além das expectativas éticas, legais e comerciais do ambiente social na qual está inserida. Santos (2008) pondera que, apesar da prática de responsabilidade social ser estrategicamente vantajosa para as organizações, a promoção de bem-estar e desenvolvimento sustentável pertence primeiramente ao Estado. Sendo assim, organizações e Estado devem trabalhar juntos para o desenvolvimento da sociedade.

Integrando os argumentos notados na discussão, Carroll (1979) estruturou um modelo conceitual de responsabilidade social corporativa. O modelo mostra que uma empresa socialmente responsável deve incluir diversas responsabilidades em seus negócios, indo além de gerar lucro e obedecer a lei (BORGER, 2001). Na Figura 1 é possível observar as quatro dimensões, propostas por Carroll apresentadas em forma de pirâmide.



FIGURA 1 - Pirâmide de responsabilidade social corporativa de Carroll  
Fonte: Carroll (1979, apud, CORTEZ et al, 2013)

Para ser socialmente responsável, as organizações precisam aliar responsabilidade econômica, responsabilidade legal, responsabilidade ética e

responsabilidade filantrópica. Para Carroll (1979), antes de qualquer coisa, as organizações são as unidades econômicas básicas da sociedade, por isso é fundamental que produzam bens e serviços para gerar lucro. Mas a sociedade espera que ao trabalhar em seus negócios, as organizações obedeçam às leis e regulamentações ambientais estabelecidas pelo governo. Em consonância, é de extrema importância que as organizações apresentem comportamento ético em seus negócios, levando em consideração as consequências que suas decisões podem acarretar. Por fim, é preciso que as organizações assumam um papel social respondendo às expectativas e necessidades da sociedade. (BORGER, 2001).

Nota-se que a definição de Carroll (1979) para responsabilidade social ressalta a dimensão econômica como tendo o maior grau de importância dentre as quatro, deixando claro que a principal responsabilidade é ter um bom desempenho econômico, e assim, dimensões como ética e filantrópica ficam em segundo plano. O que acaba por se aproximar da definição de Friedman (1970), como será exposto a seguir.

Ao longo das décadas de 1940 a 1970, autores apresentaram diversas ideias e visões a respeito da responsabilidade social empresarial, conforme mostra Quadro 1 abaixo:

<b>Autor</b>	<b>Conceito</b>
Bowen (1943)	Obrigação do empresário de adotar políticas, tomar decisões e acompanhar linhas de a�o desejáveis, segundo os objetivos e valores da sociedade.
Friedman (1970)	Responsabilidade Social é um comportamento anti-maximização de lucros, assumido para beneficiar outros que não acionistas da empresa. Portanto, existe somente uma responsabilidade da empresa: utilizar seus recursos e organizar suas atividades com o objetivo de aumentar seus lucros, seguindo as regras do jogo de mercado
Kugel (1973)	Desenvolvimento do conceito de responsabilidade social: acompanhou a própria evolução dos programas sociais estabelecidos pelas empresas americanas. Os executivos passaram a aceitar a necessidade de realizar certas a�es e procuraram fazer com que fossem componentes regulares das operações das empresas.
Petit (1976)	�tica do lucro dando lugar � �tica da responsabilidade social: demandas sociais que não podem ser satisfeitas pelas técnicas tradicionais de gerência empresarial, ou seja, com funções especificamente econômicas.
Zenisek (1979)	Responsabilidade Social como uma preocupação das empresas com as expectativas do público. Seria, então, a utilização de recursos humanos, físicos e econ�micos para



---

fins sociais mais amplos, e não simplesmente para satisfazer interesses de pessoas ou organizações em particular.

---

QUADRO 1 – Principais conceitos de responsabilidade social das décadas de 1940 à 1970

Fonte: Capudi (2002, apud KARKOTLI, 2004)

Nota-se que no início a responsabilidade social existia para suprir as expectativas e imposições estabelecidas pela sociedade, sendo Friedman (1970) o único com visão diferente, indicando que a única responsabilidade social da empresa era a maximização de seus lucros.

A partir dos anos 2000, é notado que responsabilidade social não tem o mesmo significado para todos os autores ou instituições, conforme é visto no Quadro 2. Para alguns é uma forma de gestão, para outros é um compromisso empresarial; outros acreditam que a responsabilidade social se manifesta no sentido ético e transparente com os *stakeholders*, enquanto outros a veem como modelo de gestão. Sendo assim, embora todas as definições tenham a organização como a responsável de fornecer qualidade de vida para a sociedade, o termo responsabilidade social possui diversos significados.

Autor	Conceito
Ashley et al (2002)	<p>A responsabilidade social corporativa caracteriza-se por:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Preocupação com atitudes éticas e moralmente corretas que afetam todos os públicos/stakeholders envolvidos (entendidos da maneira mais ampla possível);</li> <li>• Promoção de valores e comportamentos morais que respeitem os padrões universais de direitos humanos e de cidadania e participação na sociedade;</li> <li>• Respeito ao meio ambiente e contribuição para sua sustentabilidade em todo o mundo;</li> <li>• Maior envolvimento nas comunidades em que se insere a organização, contribuindo para o desenvolvimento econômico e humano dos indivíduos ou até atuando diretamente na área social, em parceria com governos ou isoladamente.</li> </ul>
Banco Mundial (2002)	<p>Responsabilidade Social Empresarial é o compromisso empresarial de contribuir para o desenvolvimento econômico sustentável, trabalhando em conjunto com os empregados, suas famílias, a comunidade local e a sociedade em geral para melhorar sua qualidade de vida, de maneiras que sejam boas tanto para as empresas como para o desenvolvimento.</p>
ABNT (2004)	<p>Responsabilidade Social é a relação ética e transparente da organização com todas as suas partes interessadas, visando o desenvolvimento sustentável.</p>

Instituto Ethos (2004)	Responsabilidade social empresarial é a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais que impulsionem o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.
International Organization for Standardization (ISO 26000) (2010)	Responsabilidade Social é a responsabilidade de uma organização pelos impactos de suas decisões e atividades na sociedade e no meio ambiente, por meio de um comportamento transparente e ético.

QUADRO 2 – Principais conceitos de responsabilidade social a partir dos anos 2000

Fonte: Ashley et al (2002), Banco Mundial (apud KREITLON, 2004), ABNT (2004), ETHOS (2004, apud RICO, 2004) e ISO 26000 (2010).

Percebe-se que as empresas passaram a se preocupar em ter comportamento ético sabendo que refletia direta ou indiretamente seus *stakeholders*, incorporando as suas gestões, valores éticos e comportamento sustentável. Melo Neto e Froes (2001, apud Mueller, 2003) ponderam que a responsabilidade social é um processo que independe dos objetivos e não está limitada ao tempo, sendo necessário sempre manter atenção à sua condução.

A responsabilidade social empresarial se tornou um diferencial nas organizações, sendo vista como uma forma ética e transparente de gerenciar seus negócios e estabelecer um relacionamento com todas as partes interessadas, ou seja, seus *stakeholders*. Saúde, educação, preservação do meio ambiente, esporte e cultura são algumas dimensões que as organizações podem abordar na promoção de qualidade de vida e bem-estar do seu ambiente social, e tornar-se, assim, uma organização preocupada com o impacto que suas decisões podem causar na sociedade e no meio ambiente.

## 2.5 Ensino da Responsabilidade Social Empresarial na Administração

As universidades são as responsáveis por disseminar conhecimento para seus alunos e tem a função social de prepará-los para atuar em diversas áreas da sociedade. Assim, cria-se uma relação entre universidades e sociedade, em que as universidades devem formar profissionais éticos e

socialmente responsáveis (RIOS; JESUS, 2014).

Diante da nova realidade em que a sociedade está mais preocupada com os danos causados ao meio ambiente e questões sociais, Atakan e Eker (2007, apud NAPOLEONE E DE CASTRO, 2013) afirmam que não são apenas as empresas que passaram a adotar uma postura socialmente responsáveis, mas as universidades também adotaram essa postura e incluíram em seu ambiente discussões acerca da temática e do papel das instituições de ensino na disseminação da responsabilidade social empresarial e das práticas a ela relacionadas.

A maior inserção das universidades no ensino de responsabilidade social empresarial se deve ao fato de terem sido notados comportamentos antiéticos e ações irresponsáveis nos negócios por parte dos gestores formados em administração (URDAN E HUERTAS, 2004; MEDEIROS et al., 2007, apud MOREIRA DA SILVA E CHAUVEL, 2010). Ainda, de acordo com Urdan e Huertas (2004, apud MOREIRA DA SILVA E CHAUVEL, 2010), a educação é a solução para evitar ações antiéticas, uma vez que exerce um papel fundamental na formação do indivíduo.

Para Gonçalves-Dias et al (2006), o principal desafio dos educadores é capacitar os alunos de Administração para alcançar alto desempenho empresarial, mas também, para minimizar os problemas sociais e ambientais. Canopf e Passador (2004, apud CRUZ et al, 2017) ressaltam que é preciso repensar e reformular o processo de formação dos profissionais de Administração, conduzindo o desenvolvimento de suas competências de gestão para um caminho menos tradicional do que os cursos vêm oferecendo. Costa et al (2004) acrescentam que um bom currículo envolve uma junção de disciplinas para uma boa formação acadêmica e incentivo a práticas dentro da instituição, preparando o aluno para um mercado de trabalho cada dia mais exigente e socialmente responsável. Em consonância, Tachizawa (2011, apud Ferreira, 2016) ressalta que os cursos de Administração devem desenvolver um currículo que amplie a percepção dos alunos quanto a importância do desenvolvimento sustentável no aspecto social, ambiental e econômico.

A necessidade das empresas em terem gestores com capacidade para atuar de maneira socialmente responsável se tornou uma realidade, sendo preciso agora que as instituições acadêmicas encontrem um equilíbrio e

ofereçam a seus alunos conhecimento teórico e prático a respeito da temática.

No Brasil, autores já desenvolveram estudos sobre o ensino da Responsabilidade Social Empresarial na Administração. Medeiros, Borges e Sá (2007) em seu artigo analisaram a Responsabilidade Corporativa (RC) a partir da percepção do aluno de Administração de um curso de Uberlândia. A pesquisa foi realizada em uma instituição pública e outra particular, e utilizou o método survey para identificar a compreensão dos estudantes quanto a RC e como esta influenciava seu comportamento. Os resultados mostraram contradições no comportamento dos alunos, evidenciando a necessidade de introduzir a temática no currículo.

Moreira da Silva e Chauvel (2010) em seu estudo estudaram a percepção dos alunos da graduação de Administração em relação ao ensino da RSC. A pesquisa de campo foi realizada em quatro IES do Rio de Janeiro que estavam perto de se formar. Os resultados indicaram que os estudantes consideram a temática importante e que eles percebem que a abordagem é insuficiente e superficial, tendo os alunos declarado ter aprendido mais a partir de revistas, mídias, jornais e no trabalho. Além de terem expressado a necessidade de maior aprofundamento teórico e prático.

O estudo realizado por Moura (2011) objetivou verificar na percepção dos alunos como uma IES de Itabira estava integrando o tema responsabilidade social ao curso de Administração, investigando, por exemplo, se a instituição possuía a disciplina em seu currículo, se os alunos conheciam e estavam envolvidos em programas de responsabilidade social e a relevância do tema para os mesmos. Os resultados mostraram que o curso não tinha uma disciplina específica para responsabilidade social e que desenvolviam programas, mas não realizavam integração entre os alunos. A temática era considerada relevante pelos estudos e, por fim, concluiu-se que a faculdade era capaz de formar gestores socialmente responsáveis.

Dos Santos e Da Silva (2013) investigou a percepção dos alunos acerca do ensino da RSC na graduação em administração em duas faculdades do Rio de Janeiro. Os resultados indicaram que as definições de RSC dos participantes ainda são superficiais e que o tema deveria ter maior espaço nas faculdades, em especial a parte prática. Ainda, apenas uma das faculdades inseriu uma disciplina obrigatória sobre o tema após alteração do currículo.

## 2.6 Perfil do Administrador

Para Moraes (1998), com um cenário de grandes mudanças econômicas, é necessário que o administrador adote novas estratégias e aproveite de suas habilidades e conhecimentos adquiridos. O mercado cada vez mais competitivo ajuda a moldar o perfil ideal do administrador, ou seja, além de dominar as competências e habilidades ensejadas pelas Diretrizes Curriculares, o administrador precisa se adaptar a um novo perfil exigido pelo mercado.

A Diretriz Curricular para graduação no curso de Administração, conforme consta da Resolução CNE/CES nº 4, do Conselho Nacional de Educação/Câmara de Educação Superior, contemplam o perfil desejado, os conteúdos curriculares e habilidades que se esperam dos profissionais dessa área.

Conforme a Resolução, segue o perfil ensejado do administrador:

Capacitação e aptidão para compreender as questões científicas, técnicas, sociais e econômicas da produção e de seu gerenciamento, observados níveis graduais do processo de tomada de decisão, bem como para desenvolver gerenciamento qualitativo e adequado, revelando a assimilação de novas informações e apresentando flexibilidade intelectual e adaptabilidade contextualizada no trato de situações diversas, presentes ou emergentes, nos vários segmentos do campo de atuação do administrador.

De acordo com Souza, Carvalho e Xavier (2003), a diretriz possui maior foco no desenvolvimento da racionalidade instrumental dos estudantes, construindo profissionais para atuar no mercado de trabalho.

No entanto, nota-se que o desenvolvimento da racionalidade substantiva tem espaço, tendo em vista que a compreensão das questões sociais faz parte do perfil desejado.

Ainda de acordo com a Resolução CNE/CES 4/2005, as competências e habilidades exigidas do administrador envolvem:

- I. Reconhecer e definir problemas, equacionar soluções, pensar estrategicamente, introduzir modificações no processo produtivo, atuar preventivamente, transferir e generalizar conhecimentos e exercer, em diferentes graus de complexidade,

o processo da tomada de decisão;

- II. Desenvolver expressão e comunicação compatíveis com o exercício profissional, inclusive nos processos de negociação e nas comunicações interpessoais ou intergrupais;
- III. Refletir e atuar criticamente sobre a esfera da produção, compreendendo sua posição e função na estrutura produtiva sob seu controle e gerenciamento;
- IV. Desenvolver raciocínio lógico, crítico e analítico para operar com valores e formulações matemáticas presentes nas relações formais e causais entre fenômenos produtivos, administrativos e de controle, bem assim expressa;
- V. Ter iniciativa, criatividade, determinação, vontade política e administrativa, vontade de aprender, abertura às mudanças e consciência da qualidade e das implicações éticas do seu exercício profissional;
- VI. Desenvolver capacidade de transferir conhecimentos da vida e da experiência cotidianas para o ambiente de trabalho e do seu campo de atuação profissional, em diferentes modelos organizacionais, revelando-se profissional adaptável;
- VII. Desenvolver capacidade para elaborar, implementar e consolidar projetos em organizações;
- VIII. Desenvolver capacidade para realizar consultoria em gestão e administração, pareceres e perícias administrativas, gerenciais, organizacionais, estratégicos e operacionais.

Souza, Carvalho e Xavier (2003) observam que as competências e habilidades que o administrador deverá desenvolver envolvem componentes de natureza técnica, científica e econômico-social com foco na ideia de formação do tomador de decisões em situações diversas presentes ou emergentes na área de escolha do administrador.

Apesar disso, é notado que as algumas competências e habilidades exigidas do administrador se integram à responsabilidade social empresarial, envolvendo vontade política, ética e capacidade de desenvolver projetos nas organizações.

Por fim, com relação aos conteúdos curriculares previstos na

Resolução, os cursos de graduação em Administração devem contemplar em seus projetos e grades curriculares conteúdos que aborde os seguintes campos de formação:

- I. Conteúdos de Formação Básica: relacionados com estudos antropológicos, sociológicos, filosóficos, psicológicos, ético-profissionais, políticos, comportamentais, econômicos e contábeis, bem como os relacionados com as tecnologias da comunicação e da informação e das ciências jurídicas;
- II. Conteúdos de Formação Profissional: relacionados com as áreas específicas, envolvendo teorias da administração e das organizações e a administração de recursos humanos, mercado e marketing, materiais, produção e logística, financeira e orçamentária, sistemas de informações, planejamento estratégico e serviços;
- III. Conteúdos de Estudos Quantitativos e suas Tecnologias: abrangendo pesquisa operacional, teoria dos jogos, modelos matemáticos e estatísticos e aplicação de tecnologias que contribuam para a definição e utilização de estratégias e procedimentos inerentes à administração;
- IV. Conteúdos de Formação Complementar: estudos opcionais de caráter transversal e interdisciplinar para o enriquecimento do perfil do formando.

Analisando os conteúdos curriculares apresentados na Resolução, nota-se um conteúdo com diversidade, abrangendo conteúdos voltados às Ciências Sociais e Humanas em sua formação básica, como o filosófico, ético-profissional e político, indo de encontro com as premissas da responsabilidade social empresarial. Estes são conteúdos que ajudam o futuro administrador a criar e julgar valores referentes à existência humana.

Objetivando avaliar o processo de aprendizagem e desempenho dos futuros profissionais com base nas Diretrizes Curriculares, o ENADE analisa a compreensão dos alunos sobre temas que vão além do âmbito específico da sua futura profissão, com base na realidade brasileira e mundial e outras áreas de conhecimento (BRASIL, 2004).

Conforme a Portaria Inep nº 217, o ENADE 2015 no componente

específico da área de Administração tem como perfil do egresso as características a seguir:

- I. Capacidade para compreender os contextos local, regional, nacional e global de forma sistêmica;
- II. Compreensão crítica e reflexiva do fenômeno organizacional em suas dimensões histórica, social, econômica, ambiental, política e cultural;
- III. Atuação pautada no rigor científico e metodológico para a tomada de decisões e a solução de problemas no âmbito das organizações;
- IV. Capacidade para articular interesses utilizando recursos, processos e pessoas, considerando a diversidade;
- V. Atuação proativa, flexível, criativa e inovadora frente aos desafios organizacionais;
- VI. Atuação ética, com base em valores e em práticas sustentáveis;
- VII. Compromisso com o autodesenvolvimento, integrando teoria e prática.

Analisando o perfil do egresso sob a ótica das premissas da responsabilidade social empresarial, nota-se que o no perfil desejado compreende a visão crítica da organização em dimensões social, ambiental e política; a capacidade de integrar interesses a partir de recursos, processos e pessoas, incluindo a diversidade; e a ética com valores e práticas sustentáveis.

A respeito do desenvolvimento de competências e habilidades, foram avaliadas as seguintes dimensões:

- I. Reconhecer e delimitar problemas e oportunidades;
- II. Propor e implementar, com efetividade, ações alinhadas às estratégias da organização;
- III. Promover a comunicação no ambiente organizacional interno e externo;
- IV. Coordenar e integrar as diferentes áreas funcionais da organização;
- V. Identificar e alocar recursos, pessoas e funções;
- VI. Desenvolver o capital humano, mediante liderança e trabalho em equipe;



- VII. Monitorar resultados e avaliar desempenho;
- VIII. Lidar com mudanças e situações de risco.

Sabendo-se que a sociedade está em constantes mudanças e que a responsabilidade social empresarial é considerada uma nova forma de gestão, a competência e habilidade “lidar com mudanças” é essencial para o futuro administrador.

Por último, em relação aos conteúdos curriculares, o ENADE 2015 tomou como base os conteúdos a seguir:

- I. Antropologia, Sociologia, Ciência Política, Filosofia e Ética;
- II. Psicologia e Comportamento Organizacional;
- III. Sistemas e Tecnologias da Informação e Comunicação;
- IV. Ciências Jurídicas, Econômicas e Contábeis;
- V. Teorias da Administração e das Organizações;
- VI. Áreas funcionais da administração: Recursos Humanos, Marketing, Finanças e Operações;
- VII. Planejamento e gestão estratégica; Gestão de projetos; Gestão de processos e serviços;
- VIII. Gestão da inovação, Gestão do conhecimento, Pesquisa e desenvolvimento, Empreendedorismo e Sustentabilidade;
- IX. Métodos quantitativos aplicados à administração: matemática, estatística e pesquisa operacional;
- X. Métodos qualitativos aplicados à administração.

Observa-se que o futuro administrador, de acordo com as Diretrizes de Administração do ENADE, deve compreender conteúdos relacionados à responsabilidade social empresarial, como ética e sustentabilidade, fundamentais para que tenha uma boa atuação socialmente responsável nas organizações.

### **3 MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA**

Este capítulo aborda a metodologia utilizada na pesquisa para alcançar o objetivo deste trabalho. Desta forma, primeiramente são expostas a tipologia e descrição da pesquisa. Em seguida, encontram-se as características da organização estudada. E por último, tem-se as descrições de população e perfil da amostra do estudo, bem como os procedimentos adotados na coleta e análise dos dados.

#### **3.1 Tipologia e descrição geral dos métodos de pesquisa**

Considerando seus objetivos, esta pesquisa é um Estudo de Caso de caráter descritiva, que de acordo com Yin (2001) visa investigar determinado fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real. Com a descrição das características de determinada população através da coleta e análise de dados, é possível estudar um ou poucos objetos de forma profunda e exhaustiva, adquirindo, assim, conhecimento amplo e detalhado (GIL, 2002). Também é uma pesquisa de abordagem qualitativa-quantitativa, pois objetiva-se a quantificar e reunir informações com o auxílio de métodos estatísticos e, em seguida, interpretá-las.

#### **3.2 Caracterização do Curso de Bacharelado em Administração da Universidade de Brasília**

O curso de Administração da Universidade de Brasília teve seu início junto com inauguração da Universidade, em 1962. Os três troncos básicos de estudo na época eram: I. Direito; Administração; Economia; II. Letras Brasileiras, e III. Arquitetura e Urbanismo. Contudo, o curso foi reconhecido apenas 7 anos depois, em 1969, tendo seu currículo pleno estabelecido em 1971.

A primeira alteração curricular do curso diurno foi em 1988, e logo em seguida, em 1989, houve a implementação do curso noturno. Em 2009, foi formulado um novo Projeto Pedagógico de Curso (PPC), objetivando adequar o currículo às novas diretrizes curriculares para os cursos de Administração. O novo PPC atualizou e flexibilizou o currículo, além de aproximar os cursos diurno e noturno, os tornando semelhantes.

A carga horária do curso é de 3 mil horas, tendo limite mínimo de 8 semestres e máximo de 16 semestres. Ao todo, são ofertadas 29 disciplinas obrigatórias e 113 optativas, sendo exigidos do aluno 200 créditos para se tornar Bacharel em Administração.

O curso é dividido em seis eixos temáticos, sendo eles: I. Administração Pública e Gestão Social; II. Estratégia e Inovação; III. Finanças; IV. Estudos Organizacionais e Gestão de Pessoas; V. Marketing e; VI. Produção, Logística e Gestão da Informação.

Atualmente, o curso de Administração da UnB encontra-se vinculado ao Departamento de Administração, sendo este, desde 2003, integrante a Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade (FACE).

### **3.3 Caracterização e descrição dos instrumentos de pesquisa**

Segundo Gil (2002), a partir da técnica de levantamento de dados através de questionários, é possível coletar informações em relação a um grupo de pessoas, não precisando questionar toda a população. Assim, a coleta de dados desta pesquisa se deu por meio de um questionário contendo questões fechadas e abertas, utilizando como técnica de levantamento de dados o método *survey*, elaborado pela pesquisadora para este trabalho em específico, objetivando identificar a percepção dos alunos acerca do tema Responsabilidade Social Empresarial. O questionário, conforme mostrado no Apêndices, contava com quatro partes, sendo que duas apresentavam afirmativas relacionadas ao ensino de Responsabilidade Social Empresarial no curso, aliado as esferas de ensino, pesquisa e extensão, além de conhecimento acerca dos principais conceitos de Responsabilidade Social abordados neste trabalho anteriormente.

Em estudo, Dalmoro e Vieira (2007) constataram que escalas do tipo *Likert* de cinco a sete pontos se mostraram as mais aceitáveis no que diz respeito a consistência interna, sendo que a escala de sete pontos a mais confiável entre as duas. Por isso, as duas primeiras partes do questionário apresentavam 17 questões em escala do tipo *Likert* de sete pontos de concordância, que variavam de 1 correspondendo à discordância total e 7 correspondendo à concordância total.

Na primeira parte do questionário procurou reunir informações sobre o perfil dos alunos, como sexo, idade, semestre e turno. Na segunda parte buscou identificar a percepção dos alunos a respeito do ensino de Responsabilidade Social Empresarial no curso explorando as esferas de ensino, pesquisa e extensão, bem como se o aluno se sente preparado para atuar de forma socialmente responsável logo após a graduação. Na terceira parte o foco foi o conhecimento do aluno acerca dos principais conceitos vistos anteriormente, utilizando os conceitos de Bowen (1943), Zenisek (1979), Ashley et al (2002), Banco Mundial (2002), Instituto Ethos (2010) e ISO (26000) (2010), na formulação das afirmativas. Por fim, na quarta parte objetivou mapear as sugestões dos alunos para favorecer o ensino da temática no curso.

### **3.4 Participantes da pesquisa**

A população da pesquisa foram os alunos do curso de Administração da Universidade de Brasília (UnB), que estão distribuídos em 575 alunos no turno do diurno, e 579 alunos no turno do noturno, somando 1.154 alunos matriculados no período letivo de 1/2018.

A pesquisa utilizou amostra não-probabilística por acessibilidade, que de acordo com Costa Neto (1977), caracteriza a impossibilidade do pesquisador de obter as amostras probabilísticas desejadas, assim, as amostras são colhidas a partir dos elementos aos quais o pesquisador tem acesso. O autor acrescenta que *“a amostragem não-probabilística pode ocorrer também, quando, embora se tenha a possibilidade de atingir toda a população, retiramos a amostra de uma parte que seja prontamente acessível.”*. Para esta pesquisa foram obtidos 153 questionários válidos para compor a amostra.

A Tabela 1 apresenta os resultados que caracterizam o perfil dos respondentes quanto as variáveis demográficas e acadêmicas.

TABELA 1 – Distribuição dos participantes

<b>Dimensão</b>	<b>Variável</b>	<b>Porcentagem (%)</b>
Sexo	Feminino	55,6%
	Masculino	44,4%
Idade	Abaixo de 18 anos	0%
	18 a 24 anos	83%
	25 a 30 anos	12,4%
	31 a 40 anos	3,9%
	Acima de 40 anos	0,7%
Semestre	1º semestre	0%
	2º semestre	0%
	3º semestre	9,2%
	4º semestre	5,2%
	5º semestre	8,5%
	6º semestre	7,2%
	7º semestre	15%
	8º semestre	23,5%
	9º semestre ou mais	31,4%
Turno	Diurno	48,4%
	Noturno	51,6%

Fonte: Dados da pesquisa (BARBOSA, Raíssa Góis, 2018)

Nesta etapa, encontra-se uma breve análise acerca do perfil dos respondentes. Portanto, na Tabela 3, são apresentados os dados demográficos referentes a amostra desta pesquisa.

É visto um equilíbrio quanto ao sexo dos respondentes, sendo 55,6% mulheres e 44,4% homens. Em relação a idade, 82,8% dos respondentes tem de 18 a 24 anos, 12,6% de 25 a 30 anos, 4,0% de 31 a 40 anos e, 0,7% acima de 40 anos, tendo os participantes em sua maioria entre 18 e 24 anos. Verifica-se que em relação ao semestre dos participantes, 5,3% estão no 4º semestre, 8,6% no 5º semestre, 6,6% no 6º semestre, 15,2% no 7º semestre, 23,2% no 8º semestre e, 31,8% no 9º semestre ou mais. Por fim, quanto ao turno, 48,3% pertencem ao diurno e 51,7% do noturno.

### **3.5 Procedimentos de coleta e de análise de dados**

A coleta de dados se deu por meio de um questionário com perguntas fechadas e uma aberta, aplicado no período de 02 de abril à 04 de maio de 2018. Foi realizada uma aplicação mista, envolvendo divulgação em redes sociais com disponibilização do questionário online e a aplicação do questionário presencialmente em duas disciplinas.

O questionário online foi feito no Google Formulários e ficou hospedado por 33 dias para recebimento de respostas. A aplicação presencial, com previa autorização, ocorreu nos dias 05 de abril de 2018 na disciplina “Administração da Qualidade” ministrada pela professora Vanessa Cabral, e em seguida, no dia 23 de abril de 2018 na disciplina “Gestão de Pessoas em Organizações” ministrada pela professora-orientadora Siegrid Guillaumon.

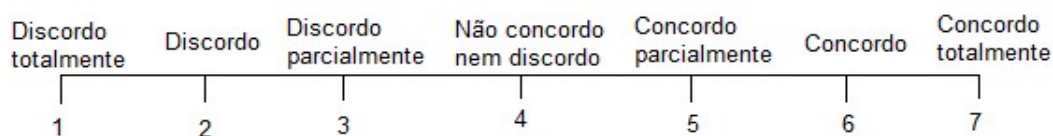
Para tabulação e análise dos dados coletados, foi utilizado o programa Google Planilhas, que fornece a possibilidade de vincular o questionário online à planilha, além de fornecer ferramentas para a análise de soma, média, desvio padrão, entre outras estatísticas descritivas.

## 4 RESULTADO E DISCUSSÃO

Neste capítulo são apresentados os resultados e análises da pesquisa, de acordo com os resultados obtidos do questionário, em detalhes. O capítulo foi dividido em cinco seções, uma parte para cada objetivo específico e finalizando com uma parte para os resultados gerais.

### 4.1 Conteúdos de Responsabilidade Social no Curso de Administração da Universidade de Brasília

Utilizando a escala *Likert* de sete pontos abaixo, consideramos como percepção negativa os critérios resultantes em 1, 2 ou 3, percepção neutra os resultantes em 4, e percepção positiva os resultantes em 5, 6 e 7.



Assim, buscando atender ao objetivo específico 1, encontra-se uma análise detalhada das afirmativas um a quatro que estão relacionadas a capacidade do aluno em identificar conteúdos de responsabilidade social no curso.

TABELA 2 – Conteúdos de RSE no curso

	1	2	3	4	5	6	7
1. Eu acredito ser importante ter uma disciplina que aborde o tema RSE	0,7%	0,7%	0%	5,2%	12,4%	22,9%	58,2%

2. Deve-se abordar o tema Responsabilidade Social em disciplina obrigatória	2,6%	5,9%	7,2%	9,8%	17%	22,9%	34,6%
3. Os conteúdos (artigos, livros, filme, etc) utilizados durante o curso incentivam reflexão a respeito da RSE	3,9%	26,8%	22,2%	20,3%	16,3%	9,2%	1,3%
4. Abordar a RSE na graduação contribui para a formação ética do administrador	0,7%	0,7%	0%	6,5%	20,3%	24,2%	47,7%

Fonte: Dados da pesquisa (BARBOSA, Raíssa Góis, 2018)

Os dados da afirmativa 1 indicam uma moda amostral de 7, equivalente a concordar totalmente, sendo um percentual de 58,2% da amostra; 22,9% concordaram; 12,4% concordam parcialmente; 5,2% se mantiveram neutros; 0% discordam parcialmente; 0,7% discordam e 0,7% discordam totalmente que é importante ter uma disciplina que aborde o tema Responsabilidade Social Empresarial. Ainda, nota-se um elevado grau de concordância, sendo o percentual concordante de 93,5%, após unir os três graus de concordância. Sendo mínimo o grau de discordância, igual a 1,4%, unindo os graus de discordância.

Quanto a afirmativa 2, os dados indicam novamente uma moda amostral igual a 7, referente a 34,6% dos participantes; enquanto 22,9% concordaram; 17% concordam parcialmente; 9,8% se mantiveram neutros; 7,2% discordam parcialmente; 5,9% discordam; e 2,6% discordam totalmente que deve-se abordar o tema Responsabilidade Social Empresarial em disciplina obrigatória. Verifica-se um maior percentual concordante com a afirmativa, 74,5%, unindo os graus de concordância, e apenas 15,7% após somar os graus de discordância.

Em sequência, na afirmativa 3 a moda amostral encontrada foi 2,



equivalente a discordo, ou seja, 26,8% dos respondentes discordam que os conteúdos utilizados ao longo do curso incentivam reflexão a respeito da RSE; enquanto 3,9% discordam totalmente; 22,2% discordam parcialmente; 20,3% se mantiveram neutros; 16,3% concordam parcialmente; 9,2% concordam e 1,3% concordam totalmente. Observa-se que a porcentagem entre discordantes, neutros e concordantes foram muito próximas. Assim, somando os graus de discordância temos 52,9% discordante e 26,8% concordante com a afirmativa, ao unir os graus positivos.

O resultado encontrado nesta afirmativa vai ao contrário da visão de Canopf (2003), que diz que para ter uma atuação eficiente no mercado de trabalho após a graduação, é necessário que o aluno consiga assimilar os conteúdos das disciplinas do curso, assim, a instituição deve ter a responsabilidade de promover aos alunos uma formação ética e social através de um conjunto de conteúdo.

Com a afirmativa 4, a moda amostral igual a 7, revelou que 47,7% da amostra concorda totalmente que a abordagem da RSE na graduação contribui para a formação ética do administrador; 24,2% concorda; 20,3% concorda parcialmente; 6,5% se mantiveram neutros; 0% discorda parcialmente; 0,7% discorda e 0,7% discorda totalmente. Assim como na afirmativa 1, houve um elevado grau de concordância, visto que a soma dos graus positivos foi de 92,2%, enquanto a soma dos graus de discordância foi mínima, igual a 1,4%.

Em contrapartida ao resultado do item 4, em estudo semelhante Ferreira, Ferreira e De Faria (2011) observaram o estudo da ética na faculdade é importante, mas não é a disciplina que vai determina o comportamento ético do administrador, mas de fato pode contribuir para reflexão a respeito das próprias atitudes.

A percepção comum encontrada em relação ao objetivo específico 1, sobre os conteúdos de RSE no curso foi positiva, com 71,7%, conforme o Gráfico 1. Analisando individualmente os resultados, é notado que os alunos desejam que o curso tenha uma disciplina obrigatória que aborde o tema Responsabilidade Social Empresarial, tendo em vista que a abordagem no curso ainda é feita por meio de disciplina optativa, como será visto posteriormente. Ainda, em sua maioria os alunos acreditam ser importante a abordagem da temática para a sua formação, contribuindo, também para a

formação ética como profissional.

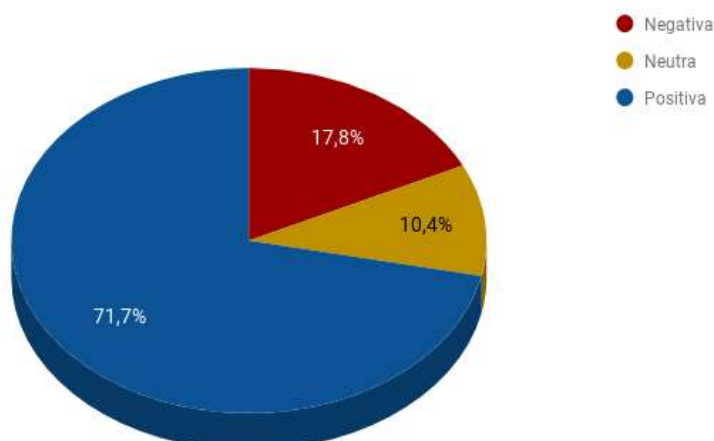


GRÁFICO 1 – Percepção geral sobre os conteúdos de RSE no curso  
Fonte: Dados de pesquisa (BARBOSA, Raissa Góis, 2018)

#### 4.2 Oportunidades de Responsabilidade Social Empresarial no curso de Administração da Universidade de Brasília

Para atender ao objetivo específico 2, neste subcapítulo encontra-se uma análise detalhada das afirmativas cinco a onze que objetiva investigar se os alunos reconhecem oportunidades de desenvolver conhecimento em responsabilidade social empresarial no curso, através do ensino, pesquisa e extensão.

TABELA 3 – Oportunidades de desenvolver conhecimento em RSE no curso

	1	2	3	4	5	6	7
5. O curso oferece oportunidades de desenvolver conhecimento sobre RSE	2,6%	7 9,8%	13,7%	25,5%	27,5%	17,6%	3,3%
6. O curso oferece oportunidades de praticar RSE	15,7%	24,2%	22,2%	18,3%	10,5%	7,8%	1,3%

7. O curso propõe discussões sobre RSE ao longo da graduação	7,2%	15%	19%	22,9%	19%	17%	0%
8. Os professores incentivam reflexão e discussão sobre RSE ao longo do curso	1,3%	13,7%	17%	24,2%	22,9%	20,9%	0%
9. O curso oferece atividades de pesquisa relacionadas a RSE	4,6	11,1%	20,3%	25,5%	22,2%	12,4%	3,9%
10. O curso oferece atividades de extensão relacionadas a RSE	14,4%	17%	13,1%	32,7%	7,8%	10,5%	4,6%
11. O curso oferece disciplinas optativas com foco em RSE	1,3%	9,8%	3,9%	23,5%	18,3%	24,8%	18,3%

Fonte: Dados da pesquisa (BARBOSA, Raíssa Góis, 2018)

Conforme a afirmativa 5, a moda amostral foi 5, sendo 27,5% dos respondentes concordando parcialmente que o curso oferece oportunidades de desenvolver conhecimento em RSE; com 17,6% concordando; 3,3% concordando totalmente; 2,6% discordam totalmente; 9,8% discordam; 13,7% discordam parcialmente e 25,5% se mantiveram neutros. Ao somar os percentuais de concordância, encontra-se 48,4% da amostra concordante com a afirmativa, enquanto somando os percentuais de discordância tem-se que 26,1% discordam. Apesar de ter encontrado uma percepção positiva, o alto percentual de negativo e neutro não devem ser desconsiderados, sendo necessária uma maior investigação do porque estes alunos não identificam as oportunidades.

A maior parte dos participantes discordam que o curso oferece oportunidades de praticar RSE, de acordo com a Tabela 3, a moda amostral da afirmativa 6 foi 2, sendo equivalente a discordo, com 24,2% da amostra

discordando da afirmativa; 15,7% discordam totalmente; 22,2% discordam parcialmente; 18,3% concordam parcialmente; 7,8% concordam; 1,3% concordam totalmente e 18,3% se mantiveram neutros. Nota-se uma elevada percepção negativa dos alunos quanto as oportunidades de praticar RSE no curso, visto que somando os percentuais de discordância encontra-se 62,1% de alunos discordantes da afirmativa e 19,6% concordante, após soma dos percentuais de concordância.

Considerando as afirmativas 5 e 6, de acordo com Moura (2011), pode-se considerar que os alunos que mais percebem as oportunidades existentes relacionadas à responsabilidade social dentro da faculdade são os que já tiveram contato anteriormente com o tema em sua realidade. Costa et al (2004) acrescentam que a vivência prática da responsabilidade social na instituição, contribui para que o aluno tenha um melhor desempenho no mercado de trabalho, assim contribui para o seu currículo profissional.

Em relação a afirmativa 7, a moda amostral encontrada foi igual a 4, equivalente a não concordo nem discordo da afirmativa com 22,9% da amostra se mantendo neutros; 19% concordando parcialmente; 17% concordando; 0% concordando totalmente; 7,2% discordando totalmente; 15% discordando e 19% discordando parcialmente. A soma dos graus de concordância mostra 36% de concordantes e 41% discordantes da afirmativa. Observa-se porcentagens muito próximas entre discordantes, neutros e concordantes.

A afirmativa 8 possui uma moda amostral, também, igual a 4, sendo equivalente a 24,2% de não concordo nem discordo; 22,9% de concordo parcialmente; 20,9% de concordo; 0% de concordo totalmente; 1,3% de discordo totalmente; 13,7% de discordo e 17% de discordo parcialmente. Somando os graus positivos temos 43,8% da amostra concordante e 32% discordantes da afirmativa, após a soma dos graus negativos. A alta porcentagem positiva demonstra que os professores estão contribuindo para a formação socialmente responsável dos alunos através de discussões em sala de aula

Como nas afirmativas anteriores, a moda amostral da afirmativa 9 foi 4, com 25,5% da amostra se mantendo neutra no que diz respeito ao curso oferecer atividades de pesquisa relacionadas a RSE; 22,2% concordam parcialmente; 12,4% concordam; 3,9% concordam totalmente; 4,6% discordam

totalmente; 11,1% discordam; 20,3% discordam parcialmente. A soma dos graus de concordância mostra 38,1% concordante da afirmação e 36% discordante, evidenciando um equilíbrio entre as porcentagens concordantes e discordantes.

Quanto ao curso oferecer atividades de extensão relacionadas a RSE na afirmativa 10, a moda amostral, novamente, foi igual a 4, equivalente a 32,7% da amostra se mantendo neutra; 7,8% concordando parcialmente; 10,5% concordando; 4,6% concordando totalmente; 14,4% discordando totalmente; 17% discordando e 13,1% discordando parcialmente. A soma dos graus positivos resulta em 22,9% de concordantes, enquanto a soma dos negativos em 44,5% de discordantes. Apesar da alta percepção neutra, houve uma alta percepção negativa em relação à afirmativa com uma proximidade entre os percentuais de neutralidade e discordância, o que gera um alerta, mostrando-se necessária uma investigação maior.

Tendo em conta os dados obtidos com as afirmativas anteriores, o equilíbrio entre as porcentagens da afirmativa 9 e o a aproximação entre as porcentagens de neutralidade e discordância da afirmativa 10 podem indicar, segundo Moura (2011) que é possível que o curso não esteja divulgando amplamente as oportunidades de pesquisa e extensão para os alunos bem como por não ter um bom conhecimento sobre o assunto, às vezes o estudante não consegue assimilar determinada oportunidade como sendo de responsabilidade social. Além disso, o resultado pode indicar que o curso não oferece nenhum tipo de atividade em pesquisa e extensão relacionadas a Responsabilidade Social Empresarial. Ribeiro (2013) destaca que é através do ensino, pesquisa e extensão, de forma integrada, que será possível formar profissionais em todos os aspectos, como sociais, culturais, ambientais e econômicas.

Na afirmativa 11, a moda amostral foi 6, equivalente a concordância, 24,8% da amostra concorda que o curso oferece disciplinas optativas com foco em RSE; 18,3% concordam parcialmente; 18,3% concordam totalmente; 23,5% se mantiveram neutros; 1,3% discordando totalmente; 9,8% discordam e 3,9% discordam parcialmente. É visto uma alta percepção positiva quanto a afirmação, tendo em vista que a soma dos graus de concordância foi de 61,4% e a soma dos graus de discordância foi de 15%. No entanto, observa-se

porcentagens muito próximas entre discordância e neutralidade, emitindo a importância de averiguar estes dados.

Este resultado pode indicar uma falha de divulgação ou comunicação entre o curso e os alunos, visto que ao analisar em conjunto os percentuais de discordância e neutralidade, é encontrada uma porcentagem considerável de discentes que não concordam e nem discordam ou que discordam que há disciplinas optativa a respeito da temática no curso.

Verificando o Projeto Político Pedagógico (2013) do curso, encontra-se 2 disciplinas optativas que vão de encontro ao tema de responsabilidade social, são elas: Gestão de Responsabilidade Socioambiental Marketing Socialmente Responsável. Porém, apesar de não possuir uma disciplina específica abordando responsabilidade social empresarial, nota-se que o curso está inserindo a temática de outras formas, como ao aliar a responsabilidade social ao marketing, por exemplo.

As percepções encontradas para as oportunidades de desenvolver conhecimento em RSE no curso foi positiva, indicando que em sua maioria os alunos concordam com as afirmativas. No entanto, conforme o Gráfico 2 abaixo, é notado um equilíbrio entre os percentuais de discordância e concordância, onde teve 38,7% de percepção positiva e 36,7% de percepção negativa, o que indica a necessidade de novas pesquisas nessa área para descobrir o motivo.

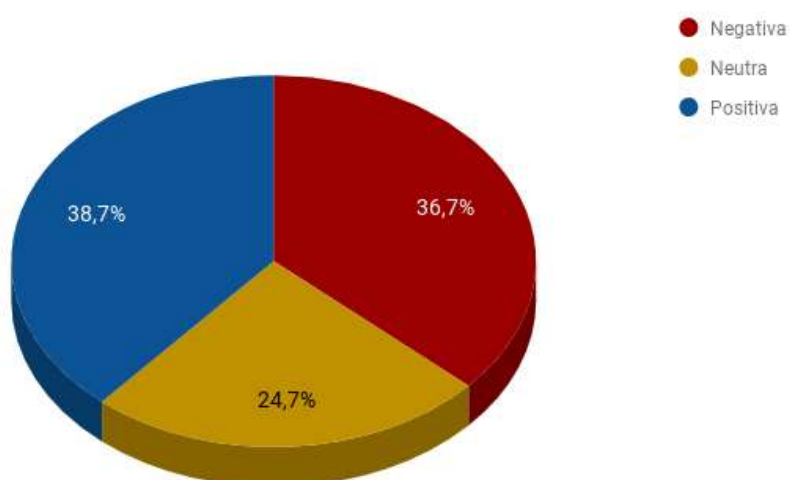


GRÁFICO 2 – Percepção geral dos alunos sobre oportunidades de desenvolver conhecimento em RSE no curso

Fonte: Dados de pesquisa (BARBOSA, Raissa Góis, 2018)

### 4.3 Conhecimentos acerca dos conceitos de Responsabilidade Social Empresarial

Atendendo ao objetivo específico 3, encontra-se a seguir uma análise detalhada das afirmativas doze a dezessete que objetivando verificar se os alunos se consideram preparados e com conhecimento suficiente a respeito de responsabilidade social empresarial para o mercado de trabalho.

TABELA 4 – Conhecimento acerca dos conceitos de RSE

	1	2	3	4	5	6	7
12. Tenho conhecimento sobre políticas de responsabilidade social	2,6%	14,4%	11,1%	15,7%	23,5%	25,5%	7,2%
13. Sinto-me preparado para falar sobre comportamento ético e transparente	2%	15,7%	9,2%	18,3%	25,5%	20,3%	9,2%
14. Sinto-me preparado para falar sobre utilização de recursos humanos para fins sociais	1,3%	9,2%	11,1%	21,6%	26,1%	24,8%	5,9%
15. Sinto-me preparado para falar sobre ações de preservação de recursos e questões sociais praticadas por empresas	4,6%	12,4%	10,5%	25,5%	19%	22,2%	5,9%
16. Consigo perceber estilos de gestão que atuam de forma ética e transparente	0%	3,3%	4,6%	12,4%	28,1%	35,9%	15,7%

17. Sinto-me preparado para atuar de forma socialmente responsável após a graduação	3,3%	8,5%	12,4%	17,6%	22,9%	28,1%	7,2%
---	------	------	-------	-------	-------	-------	------

Fonte: Dados da pesquisa (BARBOSA, Raíssa Góis, 2018)

A moda amostral encontrada na afirmativa 12 foi 6, equivalente a concordância, percentual de 25,5% dos respondentes; 23,5% concordaram parcialmente; 7,2% concordaram totalmente; 15,7% se mantiveram neutros; 2,6% discordaram totalmente; 14,4% discordaram e 11,1% discordaram parcialmente. Obteve-se um alto percentual de concordância, visto que 56,2% concordante com a soma dos graus positivos e 28,1% discordante quanto a ter conhecimento de políticas de responsabilidade social.

A afirmativa 13 indica uma moda amostral igual a 5, equivalente a concordância parcial de 25,5% da amostra com relação a sentir-se preparado para falar sobre comportamento ético e transparente; 20,3% concordam; 9,2% concordam totalmente; 2% concordam totalmente; 15,7% concordam; 9,2% concordam parcialmente e 21,6% se mantiveram neutros. Ao somar os graus positivos têm-se 55% de concordantes e 26,9% de discordantes, após somar os graus negativos. É possível notar porcentagens próximas entre discordantes e neutros.

Como na afirmativa anterior, a afirmativa 14 tem uma moda amostral igual a 5, com 26,1% mostrando concordar parcialmente; 24,8% concordam; 5,9% concordam totalmente; 1,3% discordam totalmente; 9,2% discordam e 11,1% discordam parcialmente da afirmação. Somando os graus de concordância, encontra-se 56,8% concordantes e 21,6% discordantes, ao somar os graus de discordância.

A moda encontrada para a afirmativa 15 foi 4, sendo 25,5% da amostra se mantendo neutra; 19% concordando parcialmente; 22,2% concordando; 5,9% concordando totalmente; 4,6% discordando totalmente; 12,4% discordando e 10,5% discordando parcialmente que se sentem preparados para falar sobre ações de preservação de recursos e questões sociais praticadas por empresas. Assim, a soma dos percentuais de concordância foi de 47,1% concordantes e 27,5% de discordantes, com a soma dos percentuais de discordância.



Na afirmativa 16 a maior parte da amostra consegue perceber estilos de gestão que atuam de forma ética e transparente; com uma moda amostral de 6, equivalente a concordância; sendo 35,9% dos respondentes concordando; 28,1% concordam parcialmente; 15,7% concordam totalmente; 0% discordam totalmente; 3,3% discordam; 4,6% discordam parcialmente e 12,4% se mantiveram neutros. Nota-se um elevado percentual positivo, visto que ao somar os graus de concordância têm-se 79,1% de alunos concordantes e um mínimo de 7,9% discordantes.

Em relação a sentir-se preparado para atuar de forma socialmente responsável após a graduação, a moda amostral da afirmativa 17 foi como no item anterior, igual a 6, com 28,1% da amostra concordando; 22,9% concordando parcialmente; 7,2% concordando totalmente; 3,3% discordando totalmente; 8,5% discordando; 12,4% discordando parcialmente e 17,6% se mantendo neutros. Somando os percentuais de concordância encontra-se 66,7% de concordantes com a afirmação e 24% discordante, somando os percentuais de discordância. O percentual positivo desta afirmativa foi elevado, entretanto, a aproximação entre os percentuais de discordância e neutralidade devem ser levados em consideração, evidenciando a necessidade de maior investigação nessa área para ter maior conhecimento do porque estes alunos não se sentem preparados para atuar de forma socialmente responsável após a graduação.

As porcentagens positivas das afirmativas doze a dezessete indicam que ao ter conhecimento, se sentir preparado para falar sobre, conseguir perceber estilos de gestão socialmente responsáveis e se sentir preparado para atuar neste estilo de gestão, o aluno desenvolveu parte das competências e habilidades desejadas do administrador pela Diretriz Curricular. Deste modo, em sua formação o estudante passou a compreender os as questões e problemas sociais, bem como as implicações éticas do exercício do administrador, que envolvem a Responsabilidade Social Empresarial. Assim, os alunos também estão, em sua maioria, com características desejadas pelo ENADE 2015, com um perfil que envolve a compreensão crítica e reflexiva da organização nas dimensões social, ambiental e política; e a atuação ética com valores e práticas sustentáveis.

De modo geral, os resultados encontrados em relação ao

conhecimento dos alunos acerca dos conceitos de RSE foram positivos, com 58,8% dos discentes indicando conhecer os principais conceitos que envolvem a temática. Em algumas afirmativas observou-se que os percentuais de discordância e neutralidade foram próximos, necessitando que se investigue, tendo em vista que a falta deste conhecimento pode influenciar em sua atuação socialmente responsável.

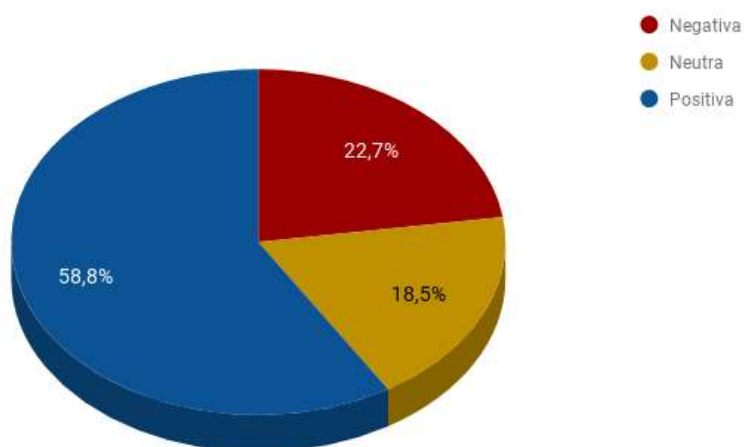


GRÁFICO 3 – Conhecimento dos alunos acerca dos conceitos de RSE  
Fonte: Dados da pesquisa (BARBOSA, Raíssa Góis, 2018)

#### 4.4 Como Favorecer o Ensino em Responsabilidade Social Empresarial

Por fim, procurando atender ao objetivo específico 4, têm-se o mapeamento das sugestões dadas pelos alunos para favorecer o ensino em Responsabilidade Social Empresarial no curso.

O Quadro 3 abaixo apresenta as sugestões dadas separadas conforme sua dimensão.

Dimensão	Sugestão
Disciplinas	<i>“Matéria obrigatória sobre o tema”</i>
	<i>“Ter mais matérias sobre RSE”</i>
	<i>“Aplicar conteúdo nas disciplinas obrigatórias e optativas”</i>
	<i>“Mais disciplinas optativas”</i>
	<i>“Colocar matérias obrigatórias que tenham um enfoque mais prático, além do teórico”</i>
	<i>“Possuir matérias no currículo do curso”</i>
	<i>“Disciplinas que abordam o assunto”</i>
	<i>“A única disciplina (que é optativa) que conheço e fiz com esse tema foi com a Doriana Daroit, gestão da responsabilidade socioambiental (e ela é super hoots) então acho que deveriam ser ofertadas outras disciplinas”</i>
	<i>“Inserir mais matérias relacionadas e fomentar mais o debate do tema dentro do curso”</i>
	<i>“Desenvolvimento de disciplinas que desenvolvem o empreendedorismo em negócios sociais, projetos sociais e ONGs”</i>
	<i>“Introduzir o tema em matérias como Intro Adm e TAO. Assim os alunos podem obter uma visão diferente do curso”</i>
	<i>“Oferecer disciplinas que abordem exclusivamente a Responsabilidade Social Empresarial”</i>
	<i>“Implementar bibliografias do assunto nas matérias pertinentes”</i>
	<i>“É necessário que disciplinas que tangenciam essa área sejam incluídas como obrigatórias, afinal, é necessário que o Administrador em formação, detenha o melhor em seu ensino. E o departamento de ADM têm pecado bastante neste quesito. É necessário ofertar mais disciplinas optativas também, a fim de promover esse discurso. (...)”</i>
	<i>“Acho que uma matéria que aborda o assunto de maneira específica será de grande ajuda para o desenvolvimento do aluno”</i>
	<i>“Maior oferta de disciplinas sobre o assunto”</i>
	<i>“Criar essa matéria, pois ela não existe”</i>
	<i>“Criar matéria obrigatória e dar mais foco as optativas que já tem”</i>
	<i>“Criar mais disciplina com foco em responsabilidade social”</i>

	<p><i>empresarial”</i></p> <p><i>“Discutir o tema em matérias como introdução a administração e gestão de pessoas”</i></p>
Eventos	<p><i>“Possuir mais eventos e trabalhos sobre o tema”</i></p> <p><i>“Os graduandos de forma geral precisam conhecer relações pessoais e empresariais no tocante ao desenvolvimento dele como profissional. É gritante como a UnB tem formado pessoas passivas”</i></p> <p><i>“É um tema muitas vezes relegado a segundo plano. Seria importante a geração de cursos e palestras, com foco em convidar pessoas já instruídas e atuantes na área para administrá-las”</i></p> <p><i>“Trazer profissionais que já tenham experiência para palestrar”</i></p> <p><i>“Promover cursos e seminários”</i></p>
Estágio	<p><i>“Estabelecer como condição obrigatória para concessão de créditos por estágio não obrigatório, o estágio ser em organizações com política de responsabilidade social”</i></p>
Pesquisa e Extensão	<p><i>“(…) Além de mais grupos de pesquisa, e até uma extensão, já que não há nenhuma no ADM, em nenhuma área sequer. Já passou da hora do ADM apoiar as teorias que aprendemos em sala, às práticas da profissão”</i></p> <p><i>“Atividades de extensão sobre o tema”</i></p> <p><i>“Fornecer mais cursos de extensão com estímulo ao ensino de Responsabilidade Social Empresarial”</i></p> <p><i>“Mais uso de interdisciplinaridade”</i></p>
Prática	<p><i>“Desenvolver dinâmicas sobre rse”</i></p> <p><i>“Ver a atuação em rse de forma prática”</i></p> <p><i>“Incluir atividades práticas sobre o tema”</i></p> <p><i>“Oferecer a oportunidade de o aluno ver na prática a rse”</i></p> <p><i>“Passeios técnicos em empresas que mostram essa responsabilidade”</i></p> <p><i>“Aliar a teoria sobre responsabilidade social à prática dentro e fora de sala de aula”</i></p>

	<i>“A Universidade deve intermediar o contato com ONGs e instituições de caridade, para impactar os alunos e despertar o interesse pela responsabilidade social”</i>
	<i>“Os professores deveriam se preocupar mais com o tipo de profissional que estão preparando para o futuro. Boa parte dos professores ainda ensinam administração com foco em custos sem visão crítica de como as questões de responsabilidade social podem impactar nos custos”</i>
	<i>“Deve-se ter um maior enfoque junto aos professores, lembrá-los que isso é importante”</i>
Professores	<i>“Mais incentivo dos professores, abordar mais em sala de aula”</i>
	<i>“É preciso dar maior foco à questão e incentivar os alunos a ler e pesquisar mais”</i>
	<i>“Conversar mais na sala”</i>
	<i>“Exemplos em artigos, cases, vídeos”</i>
	<i>“Inserir o assunto de maneira a incentivar o aluno a se interessar pela rse”</i>
	<i>“Mais incentivo dos professores com os alunos”</i>

QUADRO 3 – Sugestões para favorecimento do ensino em RSE no curso  
 Fonte: Dados da pesquisa (BARBOSA, Raíssa Góis, 2018)

É visto que a maioria dos respondentes consideram as disciplinas fundamental para que o curso aprimore seu ensino em RSE. As abordagens mais sugeridas foram inclusão de matéria obrigatória; criação de mais disciplinas optativas; desenvolver disciplinas que enfoquem em negócios sociais e projetos sociais; e a introdução do tema nas matérias de Introdução à Administração, Introdução a Teorias Organizacionais e Gestão de Pessoas. Assim, na visão dos respondentes, o futuro administrador desfrutaria do melhor ensino em sua formação.

*“É necessário que disciplinas que tangenciam essa área sejam incluídas como obrigatórias, afinal, é necessário que o Administrador em formação, detenha o melhor em seu ensino. E o departamento de ADM têm pecado bastante neste quesito. É necessário ofertar mais disciplinas optativas também, a fim de promover esse discurso. (...)”*

Outros participantes acreditam que a temática não é a prioridade no curso e que a promoção de eventos, cursos, seminários e palestras seria ideal

para o desenvolvimento do lado profissional do aluno a partir do contato com profissionais já experientes.

“Os graduandos de forma geral precisam conhecer relações pessoais e empresariais no tocante ao desenvolvimento dele como profissional. É gritante como a UnB tem formado pessoas passivas”

“É um tema muitas vezes relegado a segundo plano. Seria importante a geração de cursos e palestras, com foco em convidar pessoas já instruídas e atuantes na área para administrá-las”

Houve, também, quem sugerisse que o curso estabelecesse como condição obrigatória para a concessão de créditos para estágio, que o aluno estagie em organizações que atuem de maneira socialmente responsável.

Alguns participantes entendem que a interdisciplinaridade por meio da pesquisa e extensão é essencial para que os alunos, por meio de orientações dos professores, tenham contato com o lado prático da futura profissão.

“(…) Além de mais grupos de pesquisa, e até uma extensão, já que não há nenhuma no ADM, em nenhuma área sequer. Já passou da hora do ADM apoiar as teorias que aprendemos em sala, às práticas da profissão”

Para Ribeiro (2013) a formação do aluno deve atender além dos fins empresariais, ela deve levar em consideração aspectos éticos, políticos e sociais, essa formação passa pelo tripé de ensino, pesquisa e extensão. Assim, segundo a autora, será formado um cidadão crítico e com a mente aberta para o novo.

Diversos alunos mencionaram que o curso deve desenvolver atividades práticas, como dinâmicas e passeios técnicos, para que o aluno tenha contato com o lado prático da RSE dentro e fora de sala e, assim, despertar o interesse deste pelo tema

“A Universidade deve intermediar o contato com ONGs e instituições de caridade, para impactar os alunos e despertar o interesse pela responsabilidade social”

Por fim, os alunos sugerem maior preocupação e incentivo dos professores na abordagem da formação socialmente responsável, através de artigos, cases e vídeos, por exemplo.

“Os professores deveriam se preocupar mais com o tipo de profissional que estão preparando para o futuro. Boa parte

dos professores ainda ensinam administração com foco em custos sem visão crítica de como as questões de responsabilidade social podem impactar nos custos”

De maneira geral, as respostas indicam um pouco de equilíbrio entre os desejos dos alunos, a necessidade de uma abordagem específica em disciplina obrigatória bem como a inclusão do tema em disciplinas já existentes, permitindo um primeiro e maior contato com o tema. É possível observar que os alunos compreendem a importância do tema e desejam que a abordagem seja feita em toda a esfera ao decorrer do curso, seja em disciplinas, de forma prática, através de cursos, palestras, seminários, maior discussão em sala de aula e em pesquisa e extensão.

É visto que os respondentes demonstraram sensibilidade quanto ao tema em sua formação, sugerindo um ensino insuficiente no que diz respeito ao curso formar profissionais com capacidade de análise crítica.

Canopf (2003) lembra que o mercado de trabalho mudou, o que demanda dos administradores novas habilidades, atitudes e valores, e para conseguir enfrentar este novo cenário é preciso estarem preparados. Então, os atores envolvidos na formação destes profissionais precisam garantir uma boa formação e qualificação. Sendo o desafio a compreensão processual, histórica e dinâmica da formação do conhecimento, para assim, alcançar a formação completa do cidadão.

#### **4.5 Resultado Geral da Percepção dos Alunos**

Para o resultado geral, somou-se as médias dos graus de discordância, neutralidade e concordância para obter o percentual geral da percepção dos alunos, conforme indica o gráfico abaixo.

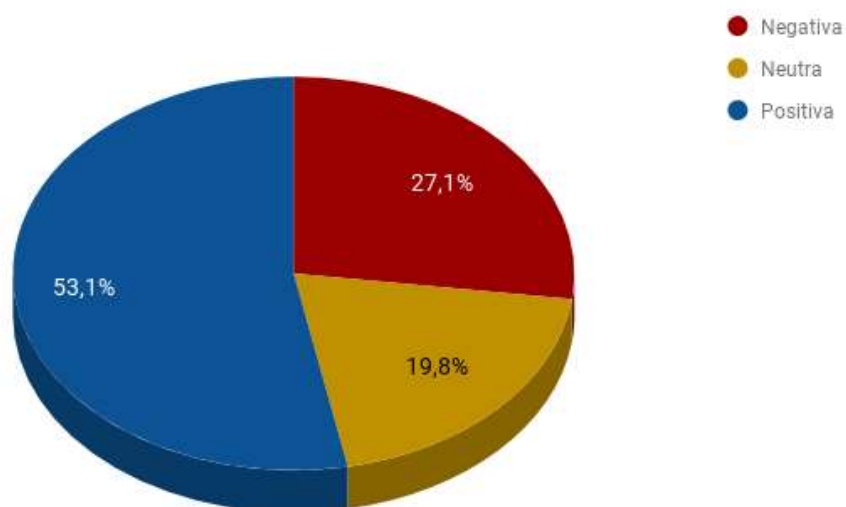


GRÁFICO 4 – Resultado geral da percepção dos alunos para o ensino de RSE no curso  
Fonte: Dados de pesquisa (BARBOSA, Raíssa Góis, 2018)

Dessa forma, o resultado geral encontrado foi que 53,4% da amostra tem uma percepção positiva do ensino de Responsabilidade Social Empresarial no curso, enquanto 26,6% tem uma percepção negativa e 20% uma percepção neutra.



## **5 CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÃO**

O presente trabalho teve como enfoque o estudo do ensino de Responsabilidade Social Empresarial, precisamente, a percepção dos alunos quanto ao ensino no curso de Administração da UnB e, assim, verificar se o curso está formando profissionais com conhecimento para atuar de forma socialmente responsável. O tema foi escolhido por a responsabilidade social ser considerada um assunto relativamente novo na sociedade e no ambiente empresarial. As organizações que desejam não perder potencial competitivo no mercado estão inserindo a responsabilidade social em sua gestão, visto que empresas que demonstram se interessar apenas em responder seus próprios objetivos, se tornam alvos de cobrança da sociedade. Assim, as Instituições de Ensino Superior são as responsáveis por formar os administradores que terão que guiar as organizações na atuação socialmente responsável.

Para fundamentar o estudo, o trabalho conta com um referencial teórico formado por temas como Responsabilidade Social no Mundo; Responsabilidade Social no Brasil; Ética Empresarial; Responsabilidade Social Empresarial; Ensino de Responsabilidade Social na Administração; e Perfil do administrador. O referencial teórico contribui para melhor compreensão do tema da pesquisa e, também, revisar o que foi dito anteriormente pelos autores.

Foi realizada uma pesquisa quantitativa com a aplicação de questionários para os alunos do curso de Administração da UnB. Com população de 1.154 alunos, foram retornados 153 questionários válidos, caracterizando a amostra como não-probabilística por acessibilidade.

Quanto ao objetivo geral, de identificar se na percepção de seus alunos o curso está formando profissionais com conhecimento para atuar de forma socialmente responsável, o resultado foi positivo, os alunos demonstraram, em sua maioria, estar satisfeitos com o ensino de responsabilidade social empresarial. No entanto, uma grande parcela demonstrou ressalvas quanto ao ensino da temática no curso, como quanto as disciplinas e as atividades de pesquisa e extensão, se mostrando necessária a realização de uma investigação maior para identificar a razão destes resultados para que se

aprimore o ensino.

Deste objetivo geral originaram-se quatro objetivos específicos, em que três obtiveram percepções positivas e um mapeou sugestões dos alunos para melhoria do ensino de responsabilidade social no curso. Para os três primeiros foram somadas as médias das porcentagens de discordância, neutralidade e concordância, com a melhor percepção sendo relacionada ao quesito Conteúdos de responsabilidade social no curso de Administração da UnB, seguido por Conhecimentos acerca dos conceitos de Responsabilidade Social Empresarial e, em último, Oportunidades de Responsabilidade Social Empresarial no curso de Administração da UnB.

A respeito dos Conteúdos de responsabilidade social no curso de Administração da UnB, 71,7% dos alunos demonstraram uma percepção positiva em relação a conteúdos de responsabilidade social no curso. Quanto à Conhecimentos acerca dos conceitos de Responsabilidade Social Empresarial em que foram expostos os principais conceitos do tema, 58,8% da amostra apresentou percepção positiva, demonstrando, assim, conhecimento para tratar da responsabilidade social empresarial em dimensões como políticas, comportamento ético, utilização de recursos humanos para fins sociais, entre outros; além de terem afirmado se sentir preparados para atuar de forma socialmente responsável após a graduação. O quesito Oportunidades de Responsabilidade Social Empresarial no curso de Administração teve 38,7% dos alunos com percepção positiva, indicando que reconhecem as oportunidades em ensino, pesquisa e extensão.

Em relação ao mapeamento das sugestões dos alunos para favorecer o ensino do tema Responsabilidade Social Empresarial no curso, os resultados mostram que para os alunos o tema tem sua importância e relevância. Estes alunos desejam que a temática tenha mais espaço ao longo da graduação e destacam que a responsabilidade social é fundamental para a formação profissional do administrador.

Com os resultados obtidos, é possível notar uma semelhança com os relatos encontrados na literatura sobre o ensino de responsabilidade social empresarial na graduação em Administração, assemelhando-se aos resultados obtidos nos estudos de Moreira da Silva e Chauvel (2010) e Moura (2011).

Apesar de os alunos se sentirem preparados para uma atuação

socialmente responsável após a graduação, ao analisar questões como se o curso oferece a oportunidade de praticar a responsabilidade social empresarial e se oferece atividades de pesquisa e extensão com este tema, chama a atenção as percepções negativas e neutras que foram obtidas. Isto pode indicar que assim como no estudo de Moreira da Silva e Chauvel (2010), os alunos estão adquirindo conhecimento sobre o tema a partir de outras oportunidades, como em revistas, jornais e no estágio/trabalho.

Sendo assim, é interessante notar que mesmo com os discentes sugerindo que o curso precisa abrir mais espaço para conteúdos e atividades de responsabilidade social empresarial, os alunos demonstraram ter conhecimento sobre os conceitos de Responsabilidade Social Empresarial. Portanto, apesar das considerações apresentadas, o curso de Administração da UnB está sendo capaz de formar profissionais com conhecimento para atuar de forma socialmente responsável.

Esta pesquisa fundamentou-se na percepção dos alunos no curso de Administração da UnB, uma limitação encontrada foi que para ter uma pesquisa mais aprofundada, seria interessante ter realizado entrevistas com os alunos, assim poderia ter sido investigado determinados pontos questionados nos resultados. Outra limitação encontrada é que foi investigado apenas a visão dos alunos, podendo ter sido ampliado para o ponto de vista dos coordenadores do curso bem como os professores.

Portanto, para futuras pesquisas seria interessante averiguar também a percepção dos coordenadores e professores do curso, para fazer um contraponto a percepção dos alunos. Ainda, poderia ser verificado a percepção dos alunos de Administração de outras universidades, públicas ou privadas, fazendo assim um estudo comparativo da abordagem do tema nas graduações.

Por fim, a pesquisa atingiu seus objetivos geral e específicos, com resultado positivo, além de ter contribuído com conhecimento acadêmico a partir da literatura acerca do tema.

## REFERÊNCIA

ASHLEY, P. A. et al. Ética e responsabilidade social nos negócios. **São Paulo: Saraiva**, v. 153, 2005.

ABNT, NBR. 16001. Associação Brasileira de normas Técnicas. **Responsabilidade social–sistema de gestão–requisitos**, 2004.

BITTENCOURT, E.; CARRIERI, A. Responsabilidade social: ideologia, poder e discurso na lógica empresarial. **Revista de Administração de empresas**, v. 45, n. SPE, p. 10-22, 2005.

BOAVENTURA, P. S. M. et al. Desafios na formação de profissionais em Administração no Brasil. **Administração: Ensino e Pesquisa**, v. 19, n. 1, p. 1-31, 2018.

BORGER, F. G. **Responsabilidade social: efeitos da atuação social na dinâmica empresarial**. 2001. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

BRASIL. Resolução 4/25, de 13 de julho de 2005. **Diretrizes Curriculares Nacionais**, Brasília, DF, jul 2005. Disponível em: [http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces004\\_05.pdf](http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces004_05.pdf). Acesso em: 28 out 2017.

BRASIL. Lei Nº 1.861, de 14 de abril de 2004. **Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior – SINAES**, Brasília, D.O, 2004.

CANOPF, L. **Concepções de responsabilidade social dos cursos de graduação em administração da região sudoeste do Paraná**. 2003. Tese de Doutorado. Dissertação (Mestrado em Administração) Pós-Graduação em Administração, Universidade Estadual de Maringá e Universidade Estadual de Maringá e Universidade Estadual de Londrina, Maringá.

CARVALHO, R. V. **A Responsabilidade social empresarial: um estudo dos encontros nacionais de pesquisadores em serviço social**. 2010

CARROLL, A. B. A three-dimensional conceptual model of corporate performance. **Academy of management review**, v. 4, n. 4, p. 497-505, 1979.

CORTEZ, R. C. et al. **Ferramentas de responsabilidade social: uma análise comparativa**. 2013.

COSENZA, O. N.; CHAMOVITZ, I. Ética, ética empresarial e responsabilidade social: reflexões e recomendações. **ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO**, v. 28, 2007.

COSTA, D. P. B. et al. **Empreendedorismo Social e Cidadania nas Instituições de Ensino Superior-Um Estudo de Caso na Faculdade Integrada do Ceará**. 2004.

COSTA NETO, P. L. D. O. Estatística. **São Paulo: Edgard Blücher**, v. 264, 1977.

CRUZ, A.C et al. Responsabilidade social corporativa sob a ótica de

discentes do curso de administração. In: **XXVIII Encontro Nacional dos Cursos de Graduação em Administração – ENANGRAD**, 2017, Brasília, DF. Sustentabilidade Socioambiental, 2017.

DALMORO, M.; VIEIRA, K. M. Dilemas na construção de escalas Tipo Likert: o número de itens e a disposição influenciam nos resultados?. **Revista gestão organizacional**, v. 6, n. 3, 2013.

DOS SANTOS, J. P.; DA SILVA, R. C. M. A Percepção dos Estudantes sobre o Ensino da Responsabilidade Social Corporativa na Graduação em Administração. *Administração: Ensino e Pesquisa*, v. 14, n. 2, p. 377-401, 2013. ENÉAS DA SILVA, M. et al. Um espelho, um reflexo! A educação para a sustentabilidade como subsídio para uma tomada de decisão consciente do administrador. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, v. 14, n. 3, 2013.

ETHOS – Instituto de Empresas e Responsabilidade Social: Conceitos Básicos e Indicadores de Responsabilidade Social Empresarial. São Paulo, 2007. Disponível em: [https://www3.ethos.org.br/wp-content/uploads/2014/05/Conc\\_Bas\\_e\\_Indic\\_de\\_Respons\\_Soc\\_Empres\\_5edi.pdf](https://www3.ethos.org.br/wp-content/uploads/2014/05/Conc_Bas_e_Indic_de_Respons_Soc_Empres_5edi.pdf). Acesso em :30 out 2017.

FARIA, A.; SAUERBRONN, F. F. A responsabilidade social é uma questão de estratégia? Uma abordagem crítica. **Revista de Administração Pública-RAP**, v. 42, n. 1, 2008.

FERREIRA, D. A.; FERREIRA, L.; DE FARIA, M. D. O Ensino da Ética em Administração: Percepções e Opiniões dos Alunos. **Administração: Ensino e Pesquisa**, v. 12, n. 1, p. 41-64, 2011.

FERREIRA, T. A. A responsabilidade social empresarial: a importância do tema para os formandos em administração da Unioeste – campus Cascavel. In: **IV Congresso Brasileiro em Gestão de Negócios – COBRAGEN**, 2016, Cascavel-PR. IV COBRAGEN 2016, 2016.

FORMENTINI, M.; OLIVEIRA, T. M. Ética e responsabilidade social: repensando a comunicação empresarial. **Revista Comunicação Organizacional. Curso de Comunicação Social-Relações Públicas, Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Ijuí**, 2003.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. **São Paulo**, v. 5, n. 61, p. 16-17, 2002.

GONÇALVES-DIAS, S. L. F. et al. A inserção da temática ambiental em cursos de administração: uma tipologia para (re) pensar a formação de administradores. **Encontro Anual da Associação Nacional dos Cursos de Pós-Graduação em Administração**, v. 30, 2006.

GRAJEW, O. Filantropia e responsabilidade social. Disponível em: [www.filantropia.org/artigos/oded\\_grajew.htm](http://www.filantropia.org/artigos/oded_grajew.htm). Acesso em 25 nov 2017.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA. Portaria Inep Nº 217, de 10 de Junho de 2015. **Diretriz – Administração**. Brasília, DF, jun 2015. Disponível em: < <http://www.furb.br/web/upl/arquivos/201506161733400.Diretriz%20-%20Administracao.pdf?20151123200209>>. Acesso em: 31 mai 2018.

INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION (ISO). ISO/26000. **Guidance on social Responsibility**. Genebra: ISO, 2010.

KARKOTLI, G. R. **Responsabilidade social: uma estratégia empreendedora**. 2004. 205 f. 2004. Tese de Doutorado. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

KREITLON, M. P. A ética nas relações entre empresas e sociedade: fundamentos teóricos da responsabilidade social empresarial. **Encontro anual da Anpad**, v. 28, 2004.

LOURENÇO, A. G.; SCHÖDER, D. D. S. Vale investir em responsabilidade social empresarial? Stakeholders, ganhos e perdas. **Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades**, v. 2, p. 77-119, 2003.

MACHADO FILHO, C. A. P. **Responsabilidade social corporativa e a criação de valor para as organizações: um estudo multicasos**. 204 f. Tese de Doutorado. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, 2002.

MEDEIROS, C. R. D. O.; BORGES, J. F. SÁ, R. C. R. A formação do administrador e a responsabilidade corporativa: ambiguidades e contradições no comportamento do futuro gestor. **XXXI ENANPAD**. Rio de Janeiro. **Anais... Rio de Janeiro: ANPAD**, 2007.

MORAES, A. S. D. F. A Universidade e Formação de Recursos Humanos: características culturais básicas na formação de competências. In: **IX ENANGRAD**, 1998, Itu. Anais do Congressos-texto integral, 1998.

MOREIRA DA SILVA, R. C.; CHAUVEL, M. A. O ensino da responsabilidade social na graduação em Administração: um estudo quantitativo sobre a percepção dos estudantes. **REAd-Revista Eletrônica de Administração**, v. 16, n. 1, 2010.

MOURA, A.S. Responsabilidade social na formação do administrador: a percepção do estudante quanto a importância do tema. In: **Convibra Administração VIII. Congresso Virtual Brasileiro de Administração**. 2011.

MUELLER, A. **A utilização dos indicadores de responsabilidade social corporativa e sua relação com os stakeholders**. 2003.

NAPOLEONE, R. A.; DE CASTRO, D. S. P. Ensino em Administração e Responsabilidade Social: estudo bibliométrico das publicações científicas de 2006 a 2011. **Estudos**, v. 40, n. 1, p. 13-20, 2013.

PARRA, M. S. ISO 26000: da ética à responsabilidade social. Cadernos de Economia, abril de 2013. Disponível em: <http://www.apee.pt/apee/artigos-publicados/138-iso-26000-da-etica-a-responsabilidade-social-cadernos-de-economia-abril-de-2013>. Acesso em: 05 dez 2017.

PESSOA, P. E. B. et al. **Integrando o aluno do curso de administração na questão da responsabilidade social: programa integrado de capacitação empreendedora**. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, XXIX, 2005, Brasília. Anais... Brasília: ANPAD, 2005.

REIS, A. L.; BANDOS, M. F. C. A responsabilidade social de instituições de ensino superior: uma reflexão sistêmica tendo em vista o desenvolvimento. **Revista Gestão & Conhecimento. Edição Especial, Poço de Caldas, MG, 2012.**

RIBEIRO, R. M. D. C. **Responsabilidade social universitária e a formação cidadã.** 2013.

RICO, E. D. M. A responsabilidade social empresarial e o Estado: uma aliança para o desenvolvimento sustentável. **São Paulo em perspectiva**, v. 18, n. 4, p. 73-82, 2004.

RIOS, L. M.; DE JESUS, T. F. Responsabilidade social empresarial: percepção dos formandos em administração do município de Serrinha/BA. **Cairu em Revista**, v. 03, n. 4, p. 220-237, 2014.

ROMANIELLO, M. M.; AMÂNCIO, R. Gestão estratégica e a responsabilidade social empresarial: um estudo sobre a percepção dos estudantes do curso de administração. **REAd- Revista Eletrônica de Administração**, v. 11, n. 3, 2005.

SANTOS, G. J. D. Cidadania corporativa ou ferramenta de legitimação?- uma análise da institucionalização das práticas de responsabilidade social. **XXXII ENANPAD-Rio de Janeiro**, v. 6, 2008.

SCHOMMER, P. C.; ROCHA, FC da C. As três ondas da gestão socialmente responsável no Brasil: dilemas, oportunidades e limites. **Anais do 31º Encontro da Associação Nacional de Pós-graduação em Administração**, 2007.

SOUZA, WJ de; CARVALHO, V.; XAVIER, A. M. Mercado, ética e responsabilidade social na formação dos profissionais de administração e de ciências contábeis: uma análise teórico-comparativa sob a ótica das diretrizes curriculares nacionais. **ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**, 2003.

UNB. **Site da Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Gestão de Políticas Públicas.** Disponível em: <http://www.face.unb.br>. Acesso em: 25 de mar de 2018.

UNB. **Site do Departamento de Administração da UnB.** Disponível em: <http://www.adm.unb.br>. Acesso em: 25 de mar de 2018.

VALLS, A. L. M. **O que é ética.** São Paulo: Brasiliense, 2006.

YIN, R. K. Estudo de Caso: Planejamento e método. 2ªed. **Tra. Daniel Grasi. Porto Alegre-Rio Grande do Sul: Bookman**, 2001.

## APÊNDICES

### Questionário de Pesquisa

Prezado (a) Participante,

O presente questionário tem como função contribuir com informações para o trabalho de conclusão de curso em Administração pela Universidade de Brasília (UnB) da aluna Raíssa Góis Barbosa, sob orientação da Professora Siegrid Guillaumon.

Esta pesquisa busca identificar se, na visão de seus alunos, o curso de Administração da Universidade de Brasília está formando profissionais para atuar de forma socialmente responsável. Portanto, responda a este questionário levando em consideração a sua percepção a respeito do ensino de Responsabilidade Social Empresarial no curso. Por favor, não deixe questões em branco. É garantido o sigilo da sua identidade e respostas fornecidas.

Obrigada pela participação.

1. Sexo:

( ) Feminino ( ) Masculino

2. Idade: \_\_\_\_\_

3. Semestre: \_\_\_\_\_

4. Turno:

( ) Diurno ( ) Noturno

**Parte I** – Para cada uma das afirmações a respeito do ensino de Responsabilidade Social Empresarial no curso de Administração da UnB, indique o seu grau de discordância ou concordância de acordo com a escala abaixo.

(1) Discordo totalmente (2) Discordo (3) Discordo parcialmente (4) Não concordo nem discordo (5) Concordo parcialmente (6) Concordo (7) Concordo totalmente.

Item	1	2	3	4	5	6	7
Eu acredito ser importante ter uma disciplina que aborde o tema de Responsabilidade Social Empresarial							
Deve-se abordar o tema Responsabilidade Social Empresarial em disciplina obrigatória							



O curso oferece oportunidades de desenvolver conhecimento sobre Responsabilidade Social Empresarial							
O curso oferece oportunidades de praticar Responsabilidade Social Empresarial							
O curso propõe discussões sobre Responsabilidade Social Empresarial ao longo da graduação							
Os conteúdos (artigos, livros, filmes, etc) utilizados durante o curso incentivam reflexão a respeito da Responsabilidade Social Empresarial							
Os professores incentivam reflexão e discussão sobre Responsabilidade Social Empresarial ao longo do curso							
O curso oferece atividades de pesquisa relacionadas a Responsabilidade Social Empresarial							
O curso oferece atividades de extensão relacionadas a Responsabilidade Social Empresarial							
O curso oferece disciplinas optativas com foco em Responsabilidade Social Empresarial							
Abordar Responsabilidade Social Empresarial na graduação contribui para a formação ética do administrador							
Sinto-me preparado para atuar de forma socialmente responsável após a graduação							

**Parte II** – Para cada uma das afirmações a respeito do seu conhecimento sobre Responsabilidade Social Empresarial, indique o seu grau de discordância ou concordância utilizando a escala abaixo.

(1) Discordo totalmente (2) Discordo (3) Discordo parcialmente (4) Não concordo nem discordo (5) Concordo parcialmente (6) Concordo (7) Concordo totalmente.

Item	1	2	3	4	5	6	7
Tenho conhecimento sobre políticas de responsabilidade social							
Sinto-me preparado para falar sobre comportamento ético e transparente							
Sinto-me preparado para falar sobre utilização de recursos humanos e econômicos para fins sociais							
Sinto-me preparado para falar sobre ações de preservação de recursos e questões sociais praticadas por empresas							

Consigo perceber estilos de gestão que atuam de forma ética e transparente							
--	--	--	--	--	--	--	--

**Parte III** – Sugestões para favorecer o ensino em Responsabilidade Social Empresarial no curso.

---

---